

Renato Pinto Ferreira

Teorias e práticas da Programação Televisiva: a realidade portuguesa.

Universidade Fernando Pessoa

Porto

2010

Renato Pinto Ferreira

Teorias e práticas da Programação Televisiva: a realidade portuguesa.

Universidade Fernando Pessoa

Porto

2010

Renato Pinto Ferreira

Teorias e práticas da Programação Televisiva: a realidade portuguesa.

Trabalho apresentado à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos
para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação
no Ramo de Jornalismo.

Sumário

A televisão é companhia constante nos lares portugueses e em todo o mundo, apesar de muitos não olharem a televisão com bons olhos. Em Portugal, os canais mais vistos continuam a ser 3 dos 4 canais generalistas emitidos em sinal aberto – a RTP1, a SIC e a TVI -, sendo que os canais por cabo já são mais vistos do que a RTP2. A programação televisiva, encarada como sendo mais que a soma dos programas – de vários tipos - introduzidos numa grelha, é a estratégia dos directores de programas para agarrar as audiências que, nos três canais mais vistos, assistem a uma programação muito idêntica. Ressalta-se actualmente a preferência dos telespectadores pela ficção nacional da TVI, que é segundo um dos responsáveis pela programação do canal a grande aposta da estação, líder de audiências.

Olhar a audiência como um conjunto de cidadãos é obrigação do serviço público de televisão com direito a Contrato de Concessão para os canais RTP1 e RTP2. Eduardo Cintra Torres, por exemplo, é muito crítico em relação a esse papel actual dos dois canais públicos.

Abstract

Television is constant company in portuguese homes and all over the world, despite the fact that many don't look to television with good eyes. In Portugal, the more seen channels still are three of the four main channels spread in open signal – the RTP1, SIC and TVI -, and the payed channels are already more seen than RTP2. Television programming, seen as more than the sum of the programmes – of various types - inserted in the plan, is the strategy of the programmers to catch the audiences that, in the three more seem channels, watch a very identical programming. Nowadays, we have to emphasize the preference of the spectators to the national fiction of TVI, that is according to one of the programmers of the channel the big bet of it, leader of audiences.

Looking at audiences as a group of citizens is obligation of television's public service with a Concession Contract for the channels RTP1 e RTP2. Eduardo Cintra Torres, for instance, is very critical in what concerns to the present role of the two public channels.

Agradecimentos

Agradeço ao professor Doutor Ricardo Jorge Pinto a disponibilidade de ter sido o meu orientador nesta dissertação de mestrado.

Não posso esquecer de agradecer também aos meus pais pelo apoio a todos os níveis para a feitura deste mestrado e dissertação.

Agradeço também à Elda Ferreira por ter acompanhado - ouvindo, apoiando e dando força - a construção desta dissertação desde o seu início.

Índice:

Introdução 4

Parte 1 – Contextualização teórica

Capítulo I – A nossa televisão 7

1.1 – A televisão: relação amor-ódio 7

1.2 – Canais generalistas Vs Canais temáticos 13

1.3 – Paleotelevisão Vs Neotelevisão Vs Hipertelevisão 17

1.4 – Olhar a audiência de televisão 20

Capítulo II – A programação televisiva 24

2.1 – Programa e Programação 24

2.2 – Características da programação 26

2.3 – Estratégias de programação 28

2.4 – Tipos de programas 35

Parte 2 – Os 4 canais generalistas em Portugal

Capítulo I – RTP 1 e 2, SIC e TVI – História 39

1.1 – RTP1 39

1.2 – RTP2 41

1.3 – SIC 42

1.4 – TVI 43

Capítulo II – Programação dos quatro canais generalistas portugueses 44

2.1 – Grelha de programação de um dia da semana dos 4 canais 44

2.2 – Breve análise da programação do dia da semana 46

2.3 – Grelha de programação de um Domingo dos 4 canais 48

2.4 – Breve análise da programação de Domingo 50

Capítulo III – Caracterização das audiências em Portugal 51

Capítulo IV – Obrigações legais na programação	61
4.1 – Lei da Televisão	61
4.2 – Contrato de concessão do serviço público de televisão	63
Capítulo V – Análise de discurso de responsáveis pela programação televisiva dos 4 canais	68
5.1 – O perfil do programador	69
5.2 – O papel da televisão	72
5.3 – Critérios de escolha da programação	74
5.4 – Caracterização de cada um dos canais	76
5.5 – Programas que melhor caracterizam os canais	78
5.6 – Tendências para o futuro da programação em Portugal	81
Capítulo VI – A visão do crítico: Eduardo Cintra Torres	84
Conclusão	90
Bibliografia	92
Anexos	95

Índice de Figuras:

Figura 1 – Shares de audiência de Setembro de 2009	54
Figura 2 – Evolução do share de audiência mensal em percentagem	55
Figuras 3 e 4 – Estrutura da Oferta e da Procura por tipo de programa	57
Figura 5 – Estrutura da oferta dos canais de Janeiro a Março de 2009	58
Figura 6 – Estrutura da procura dos canais de Janeiro a Março de 2009	59

Índice de Tabelas:

Tabela 1 – Grelha de programação de uma quinta-feira dos quatro canais generalistas portugueses	44
Tabela 2 – Grelha de programação de um Domingo dos quatro canais generalistas portugueses	48
Tabela 3 – Top Programas de Setembro de 2009	56
Tabela 4 – Audiências do dia 22 de Outubro de 2009	56

Introdução

Este trabalho pretende falar sobre televisão. Dentro dela abordaremos a programação televisiva como forma de abordar este fenómeno da “janela para o mundo” que está há muito tempo já enraizada no quotidiano dos cidadãos por todo o mundo. Após uma contextualização teórica acerca do papel da televisão na sociedade e outros enquadramentos de caracterização actuais deste meio que poderemos considerar transversais à escala planetária, debruçar-nos-emos sobre a realidade portuguesa, mais concretamente ao cenário oferecido pelos quatro canais generalistas portugueses emitidos em sinal aberto: a RTP1, a RTP2, a SIC e a TVI.

Os motivos de escolha de tal tema para a dissertação de mestrado são fáceis de explicar. O autor tem uma abordagem positiva ao meio de comunicação social televisão. Mantém uma relação próxima com a TV: antes de mais enquanto telespectador atento e apaixonado a tudo o que passa no pequeno ecrã, tanto a nível nacional como numa escala global; e também por já ter dado o seu contributo, a nível profissional e enquanto apresentador de televisão, através de trabalho realizado em dois canais por cabo, ao que se poderá somar a vontade de no futuro poder contribuir ainda mais.

São inúmeras as questões para as quais tentaremos obter respostas ao longo deste trabalho. Algumas delas são as seguintes. Qual a percepção do papel que a televisão poderá efectivamente desempenhar na sociedade? De que forma podemos abordar a crescente importância dos canais por cabo? Que fase da realidade televisiva estamos nós a viver e quais as diferenças em relação à televisão do passado? Como podemos nós olhar e perceber as audiências de televisão? O que é a programação de um canal? Que estratégias usam os programadores para tentar garantir o máximo de audiências? De que géneros televisivos podemos nós falar, entre a grande oferta dos canais? Estas questões no que diz respeito a uma primeira parte de contextualização teórica.

Depois, na segunda parte do trabalho, falaremos da realidade portuguesa no tocante aos quatro canais generalistas emitidos em sinal aberto. Que canais e que história dos mesmos temos para toda a população portuguesa que possui uma televisão em casa? A que obrigações legais estão sujeitos esses canais na prossecução dos seus

objectivos? O que é isso de serviço público de televisão? Como é a programação desses canais? Quem vai à frente nas audiências durante o período de construção deste trabalho? Quais as ideias-chave de responsáveis ligados à programação destes quatro canais generalistas portugueses? De que forma podemos olhar criticamente para a programação destes canais portugueses?

Para responder a estas e outras questões, fomos procurar atentamente numa bibliografia diríamos relevante neste tipo de estudos (relevante porque foi a seguida pelos autores portugueses que se debruçaram e debruçam sobre este fenómeno), o que podemos e devemos dizer sobre programação televisiva e os canais que temos. Para além da consulta de livros sobre o tema, realizámos cinco entrevistas com posterior análise de conteúdo às palavras ditas por responsáveis pela programação dos canais generalistas principais de Portugal – entrevistas feitas durante o Verão de 2009, com algumas referências específicas para esse mesmo período -, e por um dos principais críticos de televisão do nosso país, que nos deu uma visão muito pessoal de como podemos olhar para o objecto de estudo deste trabalho.

Como o próprio título deste trabalho menciona, não tentámos dissecar pormenorizadamente nenhum sector específico do fenómeno em causa; tentámos sim obter uma panorâmica geral, dinâmica e pertinente dos principais aspectos relacionados com a programação televisiva e os canais que temos à disposição em sinal aberto (embora sempre atentos à realidade dos canais por cabo). Chamamos a atenção do leitor para o facto de este ser um trabalho circunscrito a uma determinada época, nomeada e concretamente no que diz respeito, por exemplo, às audiências ou à programação dos canais; ou seja, pode acontecer que enquanto se lê este trabalho o panorama possa já estar alterado. A nossa atenção, nesses campos, foi focalizada para o cenário vivido nos anos 2008 e 2009.

Com este trabalho, pensamos nós, ficámos mais enriquecidos a nível teórico sobre o trabalho que se faz enquanto programador de uma estação, e enquanto cidadãos atentos a um fenómeno que não deixa ninguém indiferente. Exactamente por isso será esta uma leitura que interessará a todos e que a todos será familiar, contando nós com um especial foco de interesse, como sendo o facto de termos entrevistados profissionais

do meio, que nos ajudam a ter credibilidade nos aspectos práticos do dia-a-dia da televisão que temos.

Parte 1 – Contextualização teórica

Capítulo I – A nossa televisão

1.1 – Televisão: relação amor-ódio

Para começar a falar da televisão, iniciamos a nossa viagem pelos repositórios de conhecimento que são as enciclopédias. Segundo a enciclopédia Luso-Brasileira da Cultura da Verbo, a televisão é um “sistema de telecomunicação que assegura a transmissão de imagens não permanentes de objectos fixos ou móveis”. O objectivo? O principal será “estender o sentido da visão para além dos seus limites naturais, para o que precisa de utilizar dispositivos capazes de substituir os mecanismos da vista humana”. Segundo a enciclopédia Verbo da Sociedade e do Estado (Teves, 1987, p.1144), ela é um “espectáculo-tipo (e típico) da moderna sociedade industrial (e de consumo)”, sendo considerada “na 2ª metade do séc.XX, o mais determinante factor de imposição do que se convencionou chamar de civilização da imagem, já marcada pelas contribuições da fotografia e do cinema”. O que é que ela faz? É simples (idem, p.1145):

“Combinando luz, som e movimento, associando as possibilidades da rádio e do cinema, a televisão introduz em casa de cada um o espectáculo completo. À sedução da voz a televisão junta a persuasão da imagem móvel e até o mistério que vem das distâncias retratadas pelas emissões. O espectador não precisa mais de se deslocar (como fazia para assistir à projecção de um filme ou a uma representação teatral), já que agora, é o mundo exterior que vem até si, revelador e intimista”.

Segundo o Observatório Europeu do Audiovisual, em 2007 quase todos possuíam pelo menos uma televisão em casa: mais concretamente 99,3% dos lares portugueses, sendo a percentagem da União Europeia de 97% (Pereira, 2009, p.43).

Afinal o que é que a televisão nos faz? Ou o que é suposto ela conseguir fazer na dinâmica do quotidiano de todos nós? Antes de tentarmos olhar para algumas possibilidades de resposta com a ajuda de alguns autores/pensadores, vamos alongar a nossa visão do pequeno ecrã. Podemos olhar a televisão de vários ângulos. John Corner,

referenciado por Felisbela Lopes – investigadora da universidade do Minho - (2009, p.8), a propósito de estudos sobre a televisão, diz que a podemos ver como: instituição – é a este nível encarada “enquanto indústria com organizações particulares, condicionada fundamentalmente pela política governamental”; como programação/realização – onde interessa a cultura e práticas profissionais que se actualizam ao longo do tempo, e que poderá ser percebida através de relatos autobiográficos, análises de grelhas de programação e programas (conforme faremos mais à frente neste trabalho, na parte 2), etc.; como fenómeno sociocultural (como faremos neste preciso tópico do trabalho, mais à frente, comparando reacções diversas à televisão enquanto um fenómeno deste tipo) – onde a TV é “entendida como um ‘facto social’ estruturante e estruturada em relação à rede social”, sendo no binómio televisão-sociedade que se desenvolverá constantemente uma reflexão articulada em diálogo permanente entre duas esferas, a televisiva e o espaço público/privado; como representação e forma – “a forma em TV também é conteúdo e está em permanente evolução”; e finalmente como tecnologia – onde se pensa a evolução do audiovisual em função das inovações tecnológicas “que impõem outras formas de dizer e mostrar a realidade” (forma de ver a televisão que será menos abordada neste trabalho).

Ela está presente, actualmente, na casa de todos nós. A televisão. Faz parte de nossas vidas. Talvez mesmo por causa dessa presença contínua, é alvo de reacções bem vincadas e bem díspares. Ninguém lhe consegue ficar indiferente, tendo toda a gente uma opinião sobre o fenómeno. A facilidade com que interagimos com ela é explicitada por René Berger (1979, p. 15), quando o autor diz que:

“A televisão faz irrupção; ela explode em casa de todos os que – única condição – dispõem dum aparelho e dos quais se requer, não uma iniciação como na comunicação escrita, mas tão só a iniciativa, caso mesmo a seja, de girar um botão”.

Ela faz parte de nossa família. É um membro dela. E, segundo Roger Silverstone, teórico da comunicação (1945-2006) (1994, p.38), podemos vê-la “como um componente do sistema familiar”; acrescentando que “o padrão de uso da televisão dentro de uma família terá consequências na maneira como a família constrói e mantém a si mesma como uma unidade social no tempo e no espaço”.

Quanto às reacções bem diferentes ao fenómeno televisão, tal fica bem patente quando Felisbela Lopes, na sua tese de doutoramento (2008, p.17), começa a mesma logo com a distinção: visões pessimistas/críticas e visões integradoras. Para as primeiras contamos com os argumentos de que a televisão presa a pressões económicas, de que está subordinada a dispositivos tecnológicos e de que está dependente de constrangimentos estruturais; para as segundas os defensores vêem a TV como (re)produtora de conhecimentos, como promotora de novas formas de vida e como elo de união: dentro desta visão de TV como elo de união temos como defesa deste meio de comunicação os seguintes argumentos – é “um meio que instala pontos de referência”, “um meio que celebra a vida de todos os dias” e “um meio de coesão social”(2008, p.62).

Karl Popper, um dos mais conceituados pensadores do século XX, considerou a televisão um perigo para a democracia, segundo ele porque ela tornou-se um poder incontrolado – e qualquer poder incontrolado contradiz os princípios da democracia. Afirma que já não se trata apenas de violência, mas também “da dificuldade cada vez maior de captar a diferença entre realidade e ficção” (1995, p.11). Contudo, este filósofo vienense foi durante a sua vida um ainda esperançoso e optimista, tendo escrito que “a televisão, cuja influência pode ser terrivelmente nociva, poderia ser, pelo contrário, um notável instrumento de educação” (1995, p.16), achando, no entanto, que transformar a TV numa instância cultural benéfica representa tarefa árdua, necessitando o meio de pessoas talentosas. Quanto ao facto de termos cada vez mais cadeias televisivas, ele acha que elas “não rivalizam certamente para produzirem programas de elevada qualidade e de alcance moral que inculcariam uma determinada ética nas crianças” (1995, p.18), faltando para isto acontecer exemplos edificantes.

Por seu lado, Cathrine Kellison demarca bem alguns argumentos que os estudiosos deste fenómeno foram demarcando ao longo dos tempos, no que diz respeito a certas hipotéticas características nefastas que muitos pensadores acreditam ser uma realidade (2007, p. 17-18):

“(…) seus detractores foram severos insistindo que ela [a TV] nivela por baixo seus padrões de entretenimento, que nos soterra com impressões negativas, controla o conteúdo e a veiculação de notícias, manipula as tendências culturais e encoraja os telespectadores a serem consumistas”.

Entretanto, e para equilibrar as contas, quanto a visões optimistas e positivas, a mesma autora refere:

“(…) pesquisas actuais afirmam que a televisão é um veículo que pode tornar os telespectadores mais inteligentes à medida que eles viajam em enredos narrativos complexos, exploram questões éticas de relacionamentos que são centrais para os reality shows, ou usam vídeos como ferramentas educacionais.”

Em Portugal, Eduardo Marçal Grilo, administrador da fundação Calouste Gulbenkian e ex-ministro da educação, tem-se mostrado preocupado com a análise feita a este media. Genericamente traça um mau cenário embora também tenha esperança. Afirma peremptoriamente que “a televisão, tal como hoje vai ao encontro da maioria da população, é um factor de deseducação e de aviltamento de alguns valores” (2006, p. 77), valores esses que ele considera como pilares fundamentais em que deve assentar a formação de crianças e adolescentes. Apesar de acreditar que “num país como Portugal não se pode querer que uma população com este nível educacional se interesse por canais como o People and Arts, o Arte, o História ou o Odisseia”, impõe no entanto a necessidade da constatação de que “é possível criar um canal que seja educativo e cultural sem ser maçador”, através de “um equilíbrio entre o atraente sem ser sensacionalista e o cultural sem ser enfadonho” (2006, p.79).

O ex-ministro da Educação considera que o mais importante é que os media, e em particular a televisão, seja capaz de (2006, p.79):

“(…) contribuir para o crescimento e para a realização de cada um e especialmente para despertar em cada jovem o interesse e o gosto pelo saber e pelo conhecimento, ao mesmo tempo que deve tornar cada um mais autónomo e capaz de criar os seus próprios centros de interesse e motivação”.

Também no âmbito de pensar no que a televisão é e pode ser para todos nós, importa referirmos Francisco Rui Cádima, professor universitário e autor na área dos media (2006, p.29), para quem:

“(…)importará pensar quais as modalidades e as acções que poderão contribuir para que a TV generalista seja mais um apelo ao mundo da vida e à experiência da Cidadania e menos uma concessão soporífera pós-laboral. E se aproxima mais da Ciência, da Cultura e do Conhecimento e menos dos desvarios do infotainment, da violência gratuita, do sensacionalismo e do fait-divers”.

O que é certo que este meio de comunicação social está implantado no quotidiano da população. Muitos questionam o papel formativo que a televisão tem ou podia ter, essencialmente na formação dos mais novos, enquanto elemento que interfere na educação e formação do carácter dos mesmos. Manuel João Vaz Freixo, cuja tese de doutoramento relaciona a televisão com a instituição escolar, diz-nos, com os seus estudos, que “em geral, a televisão é para os pedagogos e educadores um inimigo que se aceita como inevitável, mas que conviria afastar, pelo menos, das idades mais sensíveis” (2002, p.15). Em relação aos propósitos e objectivos gerais da ‘janela para o mundo’, afirma que ela (id., p.16):

“Não parece sequer importar-se com a superficialidade ou possível malefício dos seus conteúdos para a formação de crianças e jovens. Deixa-se levar maioritariamente pela dinâmica e lógica do mercado, importando-lhe muito pouco a qualidade ou, até mesmo, a oportunidade do produto que oferece. Neste sentido, a nossa televisão não é, com efeito, uma ‘televisão inteligente’: uma televisão que faça seu, também, o projecto de educar. Embora o devesse fazer”.

Este projecto de educar que a televisão poderá ou não ter, é sem dúvida atribuível aos pais: esses não poderão fugir a essa responsabilidade. Segundo Pedro Coelho, jornalista desde 1988, a televisão poderá ajudar “o diálogo entre os membros da família quando a recepção é conjunta e o conteúdo é assumido como tema de conversa” (2005, p.67). Este autor, que trabalha em televisão desde 1992, assume que esta recepção conjunta ajudará a quebrar barreiras entre os membros da família, contribuindo essencialmente para abrir a porta aos diálogos difíceis:

“Assim, temas tabu, como o consumo de drogas, a sexualidade, os problemas da juventude, podem ser mais facilmente abordados entre pais e filhos frente a programas que tratem esses temas, do que seriam se não existisse esse pretexto. Desta forma, a televisão também pode ser um foco de aproximação da família, contribuindo, através dos conteúdos que transmite, para quebrar barreiras e generalizar a boa disposição a todos os membros” (2005, p.67-68).

Esta será uma visão do agrado dos “amigos” da televisão... Coisa rara é, no entanto, encontrar mesmo assim quem de diga apaixonado por este meio, conforme o autor deste trabalho se assumiu na introdução. Segundo Arlindo Machado, a propósito deste tipo de afirmações, diz que (2005, p.9):

“De fato, não soa muito inteligente dizer-se apaixonado pela televisão. Se a confissão de amor pela literatura ou por quaisquer outras formas sofisticadas de arte funciona como uma demonstração de educação, refinamento e elevação do espírito, a paixão pela televisão é, em geral, interpretada como sintoma de ignorância, quando não de desequilíbrio mental”.

Logo de seguida, este autor passa a defender quem defende a televisão:

“Dizer que na televisão só existe banalidade é um duplo equívoco. Em primeiro lugar, há o erro de considerar que as coisas são muito diferentes fora da televisão. O fenómeno da banalização é resultado de uma apropriação industrial da cultura e pode ser hoje estendido a toda e qualquer forma de produção intelectual do homem. (...) Porque deveria a televisão pagar sozinha pela culpa de uma mercantilização generalizada da cultura?

Por outro lado, da mesma forma como, na contramão das tendências hegemónicas, continua existindo uma literatura de insubmissão ao gosto padronizado e um cinema de expressão de inquietudes não catalogadas, existe também vida inteligente na televisão. Uma pesquisa seriamente conduzida pode demonstrar que o acervo de obras criativas e inquietantes produzido pela televisão não é maior nem menor do que aquele acumulado em outras linguagens.”

No final deste tópico, mais uma especial relevância à relação dos mais novos – crianças e adolescentes - com o pequeno ecrã. Alguns estudos centram-se exclusivamente nesta relação, e na preocupação dos mais novos não terem o mesmo poder de defesa perante os hipotéticos poderes nefastos deste meio. A televisão, “uma presença significativa no quotidiano das gerações mais jovens, podendo constituir uma fonte privilegiada de informação e de aprendizagem”, é sem dúvida “um agente que participa no processo de socialização das crianças e influencia a forma como elas percebem o mundo em que vivem e a visão que têm de si próprias e dos outros” (Pereira, 2009, p.20). A televisão tem sido acusada de encorajar crianças e adolescentes a serem mais agressivos, a começar a beber álcool cedo, a usar má linguagem, a adoptar pontos de vista sexistas e racistas e a minar o desenvolvimento educacional dos mais novos através do cultivo da passividade mental e da preguiça e através de deixá-los acordados até mais tarde (Gunter, 1990, p.217).

Apesar disto, esta mesma fonte referida anteriormente também nos dá noções claras no sentido positivo e construtivo do meio de comunicação que deu origem a este trabalho. Ela, segundo Barrie Gunter e Jill McAleer, possibilitará às crianças um

conjunto de experiências e claramente nem todas elas deverão ser vistas como más: traz conhecimento e outros benefícios indisponíveis através de qualquer outra fonte, pode estimular competências de conversação, cooperação com outras crianças, brincadeiras imaginativas, o desenvolvimento de inferências lógicas, o entendimento de histórias e a compreensão dos dilemas das outras pessoas (idem, p.222). Estes autores entendem que as pessoas que reforçam o lado negativo da televisão falham na justiça que fazem ao papel do pequeno ecrã na vida das crianças. E complementam afirmando que, olhando num contexto mais vasto sobre a agressividade das crianças, estudos afirmam que o estilo de vida da família, a vizinhança, a escola e os pares são mais influenciadores nesse aspecto que os programas de televisão (ibidem, p.221).

1.2 – Canais generalistas Vs Canais temáticos

Hoje em dia a escolha dos telespectadores pode ser distribuída por muitos canais. Aliados à existência do controlo remoto, contribuem para o muito falado “zapping”, com uma constante mudança de canal à procura de algo que mereça a atenção de cada um, e muitas vezes fugindo aos intervalos comerciais. Em relação aos canais por cabo, convém reportar a dissertação de mestrado de Luisa Coelho Ribeiro (que se transformou em livro); parafraseando o autor Pena, logo no início do seu trabalho, diz-nos que (Ribeiro, 2007, p.33):

“(…) a televisão por cabo caracteriza-se por ser uma televisão privada (no sentido de que não é participada pelo Estado), que chega a casa do consumidor final por uma rede que pode ser analógica ou digital, sendo uma indústria que se financia mediante o pagamento de uma mensalidade ou por consumo (enquanto que a televisão dita “em canal aberto” é financiada pela publicidade e/ou por fundos públicos)”.

Para justificar o sucesso de audiências da indústria de cabo, a autora recorre a Oz Shy, para quem o sucesso se deve a um jogo decorrido entre esta indústria e os canais em sinal aberto. Assim sendo, quando duas estações co-existem, o bem-estar seria então maximizado, teoricamente, quando as duas transmitissem programas idênticos em momentos diferentes; no entanto não é isso que acontece: na guerra de audiências, e para conseguirem maiores receitas publicitárias, ambas as estações tendem a transmitir programas semelhantes nos mesmos horários – esta falha no mercado criou a indústria

do cabo no qual as estações especializaram-se em notícias, desporto, tele vendas, etc., explicando o sucesso perante o público (id., p.33).

A televisão por cabo teve origem nos EUA. A primeira instalação de um sistema de televisão por cabo documentada foi feita em 1948, no estado do Oregon. Em Portugal, temos de recuar menos: recuamos à década de 90 do século passado para vislumbrarmos o início de tais emissões – em 1994 a TV Cabo obteve licença e iniciou o planeamento da rede, e em 1995 a Cabovisão iniciou também a sua actividade, tendo surgido mais recentemente outras empresas.

Luiz Guilherme Duarte ajuda-nos a perceber o que está por trás deste “cortar o público em fatias menores”(1996, p.179):

“No âmago da segmentação do mercado está o conceito de que os telespectadores/consumidores são, ao mesmo tempo, complexos e diferenciados demais para serem tratados como massa única, mas homogêneos o suficiente para serem classificados em pequenos grupos”.

Assim sendo, “(...) as estratégias de marketing de televisão estão se afastando de uma audiência de massa, em direcção a grupos mais específicos, cujo tamanho reduzido é compensado por uma empatia maior com a programação e os anunciantes” (Duarte, 1996, p.195).

Ou seja, a televisão temática ou fragmentada tem como ideia-base o seu apoio numa programação onde não existe a mistura de géneros e que tem como objectivo não todo o público, mas um determinado público-alvo (Freixo, 2002, p.285). Este autor destaca no seu estudo, na mesma página atrás referenciada, a imagem utilizada por Dominique Wolton, que diz que a televisão generalista se ajusta à sociedade estandardizada/de massas, da mesma forma que a televisão fragmentada/temática se associa ao paradigma da individualização, que supostamente estamos a viver. Referindo-se ainda às ideias de Wolton, e trazendo à discussão vantagens da televisão generalista, Manuel João Vaz Freixo escreve que ela é a única que liga a informação a outros programas: com isto consegue-se ‘agarrar’ os dois grandes aspectos da realidade – o mundo objectivo e o mundo dos lazeres e da distracção; desta forma, defendeu Dominique Wolton, o espectador ao dispor desses géneros diferentes num mesmo canal

e a diferentes horas do dia, vai usufruir de uma visão de unidade social e cultural, embora possa não ter disso uma grande consciência (Freixo, 2002, p.291).

Havendo a inevitabilidade deste cenário, o de mais oferta e conseqüente maior poder de escolha dos telespectadores, Eduardo Marçal Grilo destaca a separação entre os dois grupos distintos: o que dispõe de televisão por cabo ou de antena parabólica e o que tem acesso apenas aos quatro canais nacionais, que constituem objecto de estudo desta dissertação; acredita que, quanto a eles (2006, p. 76):

“(...) o que está a acontecer conduz necessariamente a que os estratos sociais mais cultos e economicamente mais poderosos, que têm acesso aos canais temáticos, continuem a aprender e a cultivar-se, enquanto os restantes têm de se contentar com programações muitas vezes indigentes, que os entretêm, se calhar até os divertem, mas cujo resíduo sólido é positivamente nulo”.

Gabriela Borges parafraseia Wolton, mostrando que ele defende a televisão generalista - a que transmite todos os tipos de programas -, defendendo mesmo que ela privilegia a programação, “procurando satisfazer públicos distintos ao oferecer uma grelha de programação capaz de contemplar diversas expectativas”(2008, p.168). Em oposição à televisão generalista, Wolton declara que “a televisão segmentada remete-se ao programa singular, assistido por um telespectador individual que não tem qualquer ligação com outros telespectadores”(2008, p.168), o que enfraquecerá uma das principais funções potenciais da televisão já referidas neste trabalho, que é a de criar laços sociais entre diferentes comunidades.

Contudo, há também autores que defendem que a televisão segmentada é inteligente, por não reduzirem qualquer assunto à sua expressão mais banal e ao denominador comum que nivela por baixo a sua programação – é o caso do autor Nelson Hoineff, referenciado por Gabriela Borges no seu artigo.

Porque a oferta existe e não podemos ignorar já esta realidade da co-existência de canais generalistas com canais temáticos, o mais sensato será mesmo assumirmos a complementaridade entre os dois modelos, tal qual faz o autor Pedro Coelho, por entender que ambos têm um papel social a cumprir (2005, p.99):

“Poderemos assumir e caracterizar o poder da televisão generalista para romper a tendência crescente em direcção a uma sociedade fragmentada, ao afirmar-se como o único vínculo social capaz de estabelecer pontes de contacto entre comunidades que vivem cada vez mais fechadas sobre si próprias. Mas também reconhecemos as dificuldades que a televisão generalista demonstra em responder às necessidades específicas de determinados grupos sociais”.

Segundo este autor, ainda, e face à escalada nas audiências do cabo frente aos generalistas, entende que resta aos operadores reflectirem, para talvez concluírem “que os espectadores dos canais generalistas exigem conteúdos alternativos e rejeitam essa oferta global padronizada que insiste na fórmula ‘mais do mesmo’” (2005, p.103).

A propósito dos diferentes cenários entre o que se vive agora, com os canais por cabo, e o que tínhamos há vinte anos atrás, quando só havia dois canais em Portugal, os dois principais da RTP, Ricardo Reis, professor de Economia da Universidade de Columbia, apresenta-nos a curiosa proposta que relaciona a preferência entre a televisão de agora com a de há vinte anos atrás com as nossas opções políticas. Assim sendo, e antes da conclusão, o autor começa por caracterizar os dois estados diferentes do pequeno ecrã, espaçados no tempo:

“Há 20 anos havia apenas dois canais em Portugal, ambos geridos pelo Estado. A programação era determinada por funcionários públicos, que tinham em conta não só o que as pessoas queriam ver, mas também o que achavam que elas deviam ver. (...) Hoje muitos portugueses têm acesso a mais de vinte canais. Uns são geridos pelo Estado, outros por privados, alguns por portugueses e muitos por estrangeiros. Não podem impor programas aos espectadores, que num instante mudam de canal.”

Ricardo Reis posteriormente, nesta sua crónica, conclui que:

“Quem acha que a televisão é melhor hoje tem tendência para confiar nas pessoas e no mercado e para suspeitar das intervenções do Estado. Quem preferia a televisão no passado prefere soluções centralizadas, planeadas, e com uma forte mão do Estado. Na maior parte das opções políticas, são estes os valores em jogo.”

Desta forma consegue-se distinguir quem é de esquerda e quem é de direita, na política. Uma coisa é certa: com os canais por cabo é evidente a solidificação de um maior poder de escolha, com a inevitável consequência da maior dificuldade de

“agarrar” e fidelizar um telespectador. Conforme veremos mais à frente neste trabalho, através de números, este fenómeno dos canais temáticos, por cabo, está a crescer...

1.3 – Paleotelevisão Vs Neotelevisão Vs Hipertelevisão

Em 1983 Umberto Eco escreveu um artigo – “A transparência perdida” – onde traça diferenças entre dois tipos de televisão: a Paleotelevisão e a Neotelevisão. Estava a distinção feita. Já no século XXI surgiria a designação Hipertelevisão. Falemos um pouco do que diferencia estas três designações para um mesmo fenómeno.

A Paleotelevisão era “para todos os telespectadores, e que falava de inaugurações presididas por ministros e procurava que o público aprendesse somente coisas inocentes, ainda que à custa de dizer mentiras” (Eco, 1983, p.1). A Paleotelevisão é então esse período em que as cadeias televisivas eram propriedade do Estado: a oferta era simples, e o monopólio fazia desconhecer muitas possibilidades do ofício de programador. As televisões do estado “limitavam-se a oferecer uma série de programas segundo um certo sentido de oportunidade, da necessidade política e do sentido comum” (Cortés, 1999, p.17). Segundo este autor, não existia na altura o que agora, na neotelevisão, se denomina a lógica da programação.

Não existia na paleotelevisão instrumentos de medição da audiência, ou se existiam eram imprecisos, e os programas que o canal produzia, inicialmente, não se sabia bem para que espaços da grelha eram destinados. Por não haver na altura concorrência, “não havia estímulo algum para modificar ou alterar o ritmo e o rumo das programações, com tudo o que isso implica” (id., p.18). Baseada no princípio de serviço público, de índole desejavelmente pedagógica e cultural, vivia à base de produtos domésticos junto com outros provenientes de diversos mercados, pela impossibilidade técnica ou falta de conhecimentos para produzir produtos semelhantes aos vindos dos Estados Unidos e de Hollywood.

Os objectivos da paleotelevisão eram os de “informar, formar e entreter”, onde se criava uma relação política muito estreita entre o poder e os cidadãos. Poder esse, o Estado, que via na televisão um instrumento para ensinar: ensinar, ensinar a ver, ensinar divertindo. A televisão pública permitia ao Estado mostrar-se a si mesmo.

A partir dos anos 80, na Europa, no início dos anos 90, em Portugal, começa um processo de desregulação da televisão, com a liberalização da actividade televisiva, que nos faz entrar na neotelevisão. Um panorama de televisão múltiplo, que baseia suas estratégias de rentabilidade na captação de audiências, com forte importância do sector publicitário. Com a entrada da iniciativa privada, a oferta será plural e o Estado deixa de ter o monopólio. A audiência é a peça chave. A sua captação implica uma maior actividade na programação (Cortés, 1999, p.23).

Segundo Umberto Eco (1983, p.1), a característica principal da neotelevisão “é que cada vez fala menos do mundo exterior. Fala de si mesma e do contacto que está estabelecendo com o público”. Pouco importa o que se fala, uma vez que é o público que, com o telecomando na mão, deixa o canal continuar a falar ou decide mudar de canal. Para tentar evitar a mudança de canal, a neotelevisão diz constantemente ao telespectador “estou aqui, eu sou eu e eu sou tu”.

Assim sendo, podemos dizer, segundo Cortés (1999, p.24), que na neotelevisão:

“1) convivem o modelo público e o privado. 2) que ambos tendem a parecer-se até se chegar a não se diferenciar uns de outros no referente, ou seja, a oferta programática. 3) que todos se submetem a um referendo diário de valoração das audiências. 4) que são precisamente as audiências as que marcam as diferenças e as possibilidades de captar publicidade.”

Podemos concluir, novamente utilizando as palavras de Cortés (id., p.30), que:

“Na neotelevisão, produto da transição da TV pública e substancialmente pedagógica, a uma pluralidade de emissores, constatou-se um salto – na planificação da programação – de uma lógica baseada no produto a uma lógica de marketing. Isto significa que no sistema misto e de competência, os canais de televisão dirigem a sua oferta a satisfazer e ao mesmo tempo a solicitar as necessidades do público”.

Contudo, há autores que defendem que, com a passagem ao século XXI, entramos numa outra fase da televisão, a que alguns já chamaram de hipertelevisão. Esta fase, que chega com as potencialidades do universo do digital e as promessas da interactividade, não se esgota contudo nas teses de determinismos tecnológicos. Pensadores há que

cruzam o campo da tecnologia com a sociologia, a estética ou a semiótica. É o caso de Eliseo Veron, referenciado por Felisbela Lopes (2009, p.17), que seguindo os caminhos da semiótica, afirma que as etapas da TV são diferenciadas pelos interpretantes que caracterizam os contratos de comunicação. Esta fase que estamos a viver, que o autor considera que será a última etapa da TV generalista, tem um novo modo de encarar a enunciação televisiva

“Aqui, o interpretante dominante consiste, na sua perspectiva, numa configuração complexa de colectivos definidos como exteriores à instituição televisão, atribuídos ao mundo não-mediatizado do destinatário, representando os novos reality shows (tipo Big Brother) os programas de base deste novo contexto de mudança de paradigma. Pela primeira vez na sua história, a TV integraria no ecrã o processo de mediatização do qual ela é a fonte e o principal actor, concedendo à realidade extra-mediática quotidiana, na qual se movimentam os receptores, um espaço estratégico tão importante como aquele que se encontra dentro do pequeno ecrã. Nas palavras de Eliseo Veron, este tipo de programa “coloca em cena uma semiótica do laço social quotidiano extra-mediático” através do qual se completa aquilo que o programador planeou. Nesta fase, a programação fica em aberto, dando-se aos telespectadores o poder de decidirem o desfecho dos programas.”

Felisbela Lopes resume bem o principal destas três fases – paleotelevisão, neotelevisão e hipertelevisão -, que podemos considerar na existência da televisão desde o seu início aos nossos dias, dizendo o seguinte (2009, p.13-14):

“À TV dos primeiros tempos, que vingou em regime de monopólio (uma realidade vivida em terreno europeu), poderemos associar um Estado-Providência muito zeloso (talvez até manipulador) dos conteúdos emitidos. À TV que surgiu na era da desregulamentação, poderemos juntar a força de grupos mediáticos que viam no audiovisual uma oportunidade para conquistar substanciais lucros à custa da atracção de audiências que se pretendia reunir em massa em torno de determinada emissão. À TV que emerge com as promessas do digital, poderemos agregar as potencialidades oferecidas por tecnologias que permitem transformar as audiências/públicos em produtores ou, pelo menos, em parceiros activos da programação televisiva”.

Em termos actuais, podemos então dizer que vivemos na terceira era da televisão, conforme o chama Cesário Borga na sua dissertação de mestrado dedicada ao tema, onde os mais jovens lançam o mote de novos usos dos conteúdos da televisão, dado que eles “combinam a condição de espectadores de televisão, utilizadores de internet e produtores de vídeos, libertam-se das grelhas programáticas dos centros de emissão

televisiva, construindo o seu próprio tempo de visionamento dos programas” (2008, p.7). Nesta terceira era da televisão, escreve o autor (2008, p.17):

“(…) os espectadores decidem os programas que querem ver fazendo zapping entre os canais disponíveis, visionam os programas em arquivo nos sites das estações, ou gravam para verem quando os querem. Ver televisão tende a ser um acto individual.”

Por isto mesmo, Cesário Borga refere a passagem da preocupação do ‘prime-time’ para a preocupação com o ‘my-time’, onde cada telespectador cria a sua própria programação consoante disponibilidade temporal e vontade próprias. Esta era será “a expressão de um individualismo emergente e crescente, que se evade de um conceito familiar agregador” (2008, p.43). O programa paradigmático desta era, consoante já referimos anteriormente, é o reality show tipo Big Brother, “transformando em herói pessoas desconhecidas, sem outro mérito que não seja existirem e realizarem bem ou mal o seu trabalho” (2008, p.17).

Será mesmo esta – a hipertelevisão – a última fase da televisão para os canais generalistas? Ou iremos assistir a variantes que mais tarde serão distinguidas por autores para integrarem futuros trabalhos deste género...?

1.4 – Olhar a audiência de televisão

A audiência de televisão é quem dá significado a este meio de comunicação social. Sem ela não valia a pena a construção de conteúdos televisivos. Ela olha o pequeno ecrã em muitos momentos do seu quotidiano, transformando-o quase como que num membro da família. Nós podemos olhar para ela, tentando entendê-la. Apresentamos neste trabalho uma ideia pertinente do autor Manuel Pinto, que considera existirem, pelo menos, dois modos distintos de entender os telespectadores dos programas e dos canais de televisão. O autor defende que, não sendo necessariamente contraditórios ou mutuamente excluentes, estes dois modos distintos remetem para visões diversas da sociedade e do papel que nela os media desempenham.

Assim sendo (2005, p.42):

“A primeira toma a audiência como um mercado e os membros da audiência como consumidores. O entendimento da audiência como mercado abarca dois sentidos complementares: por um lado, é mercado real ou potencial para os anunciantes e publicitários; por outro, é um mercado (ou mais rigorosamente um produto transaccionável) para os operadores televisivos.

Nesta última acepção, e na medida em que os programas e os canais consigam criar e fidelizar uma audiência quantitativa e qualitativamente significativa, constitui-se um “produto” (a audiência), com valor variável, que pode ser vendido aos anunciantes. Compreende-se, assim, o interesse dos canais que vivem da publicidade em maximizar e qualificar a audiência, porquanto disso depende, no fundamental, a sobrevivência e, tanto quanto possível, o lucro de exploração do canal. E compreende-se igualmente como cada telespectador, individualmente considerado, se torna objecto de uma dupla estratégia de sedução: por um lado, da parte do canal que procura que ele se torne seu cliente em detrimento dos canais concorrentes; por outro, dos anunciantes que, tirando partido da probabilidade estatística de o alcançar com as suas mensagens publicitárias, procura levá-lo a adquirir os seus produtos e não os da concorrência.”

Segundo Manuel Pinto, a forma de todos os intervenientes directos conhecerem as características e os valores deste mercado, consistirá em promover e instituir processos tanto quanto possível fiáveis, de medição dos comportamentos e opiniões da audiência, para melhor poderem agir sobre ela. Para isso investe-se meios no estudo da composição sociodemográfica das audiências, nos seus hábitos e estilos de vida, nas modalidades e características dos usos mediáticos, mormente televisivos.

Quanto à outra forma de olharmos a audiência, o autor refere-se a ela do seguinte modo (2005, p.43):

“A par da concepção da audiência como mercado encontra-se a concepção da audiência como conjunto de cidadãos, isto é, como pessoas que, membros de uma comunidade – local, nacional, transnacional, global -, assumem os deveres e direitos inerentes a essa condição. Ao contrário da “marca” socioeconómica e mercantil inerente à primeira concepção, identificamos aqui uma “marca” predominantemente sociocultural e política. E a grande e determinante distinção que se pode estabelecer entre os dois pólos (mais do que duas realidades estranhas ou contrárias entre si, como já sublinhámos) é a seguinte: quando e na medida em que os telespectadores são entendidos como produto ou mercadoria, eles são inerentemente tomados como alvo, ou seja, como clientela, como mero destinatário, ao passo que, quando são assumidos e reconhecidos como cidadãos, eles se constituem como sujeitos e parceiros, com um leque de papéis e um espectro de acção que abarca o consumo, mas não se confina a ele”.

Apesar de, em Portugal, quanto aos quatro canais generalistas mencionados neste trabalho, termos dois que estão associados a um serviço público de televisão e os outros dois serem estações comerciais, não poderemos, segundo Manuel Pinto, associar pura e simplesmente, e de uma maneira directa, a audiência como mercado às estações comerciais e a audiência como conjunto de cidadãos ao serviço público. Ainda assim, é a associação que mais sentido continua a fazer. O autor, a este propósito, refere que (2005, *idem*):

“Apesar de poder parecer o contrário, não procuramos sugerir que um operador televisivo de natureza comercial, dada a lógica de mercado em que se movimenta, esteja impedido ou não deva ser solicitado a tomar os destinatários das suas estratégias e emissões como cidadãos. O que afirmamos é que a faceta ou dimensão que ele irá privilegiar será aquela que mais contrapartidas de audiência lhe trazer e que essa será a orientação dominante que seguirá”.

Agora sugerimos ao leitor o exercício de considerar outros dois tipos de audiência, consoante a relação que se estabelece entre televisão e telespectador. Seguindo a sugestão de Pedro Coelho, jornalista de televisão, podemos considerar a audiência como sendo activa ou passiva.

Este autor confirma que muitos dos autores que analisam o fenómeno televisivo “não admitem outra abordagem que não seja a do espectador passivo, aquele que não interage com o aparelho e que recebe, sem qualquer sentido crítico, os conteúdos que lhe chegam a casa” (Coelho, 2005, p.78). Para ilustrar melhor esta concepção de telespectador, oferece-nos a seguinte imagem:

“O estereótipo do espectador televisivo corresponde, na versão masculina, à imagem do espectador sentado frente ao televisor de telecomando numa mão e prato de comida na outra, sintonizado num jogo de futebol ou em qualquer outro programa de desporto. A versão feminina poderá ser mais refinada na pose, mas demonstra, também, fortes sinais de vício de género – todo o tipo de telenovelas. Em ambos os casos os programas têm de ser fórmulas simples e triviais que não apelem a grandes esforços de compreensão ou de crítica.” (2005, *idem*)

Contudo, Pedro Coelho acha que há “momentos que nos permitem pensar na existência de sinais de resistência que contrariam a passividade que, habitualmente, caracteriza a audiência televisiva”. Assim sendo, considera que (2005, *ibidem*) ao lado dessa audiência passiva, subsiste uma audiência activa que, por ser em menor número, não consegue alterar as prioridades dos programadores dos canais, sempre mais

preocupados em “narcotizar a maioria”. Essa audiência activa será crítica e discute o que vê, mesmo que o debate não seja o mais rico em termos de conteúdo, pondo no entanto os intervenientes a pensarem e a interagirem dessa forma com os conteúdos, sendo um grupo de pessoas que poderá mesmo desligar a televisão, resistindo-lhe, em sinal de protesto, quando todas as alternativas não lhe agradarem. E dá um exemplo:

“A espectadora viciada numa telenovela não tem de ser, necessariamente, uma espectadora passiva. O conteúdo desse programa pode suscitar-lhe uma análise comparativa com o seu próprio modo de vida; nesse caso, a telenovela não será recebida de forma passiva, mas como um agente que poderá conduzir à mudança. A telespectadora poderá interpretar o conteúdo do programa, por mais trivial que este seja, e retirar dele elementos que lhe permitam melhorar a sua qualidade de vida”.

Compreender o comportamento da audiência, conclui o autor, é o grande desafio do programador que tem dessa forma como actividade um exercício aliciante; a audiência não é, certamente, uma carta fechada, e o seu comportamento não é sempre o mesmo, o que faz da televisão uma ciência não exacta.

Chamamos ainda, a propósito de como podemos encarar a audiência de televisão, a atenção para uma tipologia que vem já desde o ano de 1962, do livro ‘Living with television’ de Ira Glick e Sidney Levy, referenciada numa artigo de Teresa Domzal e Jerome Kernan de 1983. Neste artigo, podemos deparar-nos com três tipos de relacionamentos entre espectadores e televisão: ‘television embracers’; ‘television accommodators’; e ‘television protesters’.

Os ‘television embracers’ (os que abraçam a televisão...) serão os que aceitam bem a televisão, e que estão dispostos a ver a maioria da programação televisiva, seja numa base regular ou ocasional. Estes telespectadores vêem televisão principalmente para escaparem dos seus problemas e para relaxar; apesar de não considerarem a televisão perfeita, estão bastante satisfeitos com o papel dela na vida de cada um, considerando o tempo em frente à TV um tempo proveitoso e considerando a oferta televisiva boa na sua diversidade. Os ‘television accommodators’ (os acomodados à televisão...) serão os que assistem TV principalmente para socializarem com amigos e família – para terem interacção social, quer no visionamento em si, quer nas conversas posteriores com referências em comum. Estes são mais exigentes com a oferta dos canais, não aceitando

tudo o que é oferecido, e fazem no seu diagnóstico à televisão um equilíbrio entre os aspectos positivos e negativos. Quanto aos ‘television protesters’ (os que protestam a televisão...), são os mais selectivos quanto ao que vêem no pequeno ecrã, considerando, em geral, que a qualidade é má, que passa sempre a mesma coisa e que essa coisa é chata; apenas assistem televisão para tentarem aprender alguma coisa e saberem o que se passa no mundo; num perfil sociográfico, o artigo demonstra que estas pessoas são as que, em geral, se interessam mais por música clássica, literatura, teatro, pintura, e que têm como passatempo preferido o visitarem amigos.

Também na forma como olhamos o público de televisão, podemos encontrar visões deste meio que o tomam como amigo impulsionador de coisas boas e o contrário, mediante a postura que temos perante o ecrã e o que ele transmite, mostrando-nos que a relação telespectador-televisão é também ela algo de dinâmico. E algo de muito poderoso, uma vez que muitos programas considerados fiascos mesmo assim são vistos por muita gente (centenas de milhares de pessoas), quando comparamos o público de televisão com outras formas de comunicação. Mesmo com um baixo rendimento em termos de audiência, o público a que chega um programa é “muito superior à mais massiva audiência de qualquer outro meio, equivalente à performance comercial de um best-seller na área da literatura”; ou seja, “mesmo a menor audiência é sempre a maior que um trabalho de alta qualidade poderia almejar. Esse simples fato já não justifica toda a televisão?” (Machado, 2005, p.30).

Capítulo II – A programação televisiva

2.1 – Programa e programação

É o conjunto de programas encadeados de determinada maneira que dá origem a uma programação. Programa, segundo Arlindo Machado, “é qualquer série sintagmática que possa ser tomada como uma singularidade distintiva, com relação às outras séries sintagmáticas da televisão” (2005, p.27). Quanto à programação, é ela que dá sentido semântico a um canal. Dá-lhe significado e um fio condutor. É ela a quem o telespectador recorre para programar a sua “fruição” da TV nos tempos livres. Por definição simples e basilar de programação entendemos a utilizada por Gabriela Borges(2008, p.167):

“O conceito de programação pode ser entendido como o conjunto de programas presentes em determinado sistema televisivo, isto é, disponibilizado por todos os canais, assim como a grelha de programas de um determinado canal de televisão.”

Segundo Mariano Cebrián Herreros, um espanhol teórico e estudioso da programação televisiva, “a programação televisiva constitui uma unidade discursiva superior às unidades particulares que a integram” (1998, p.379), sendo as unidades particulares os programas – sendo o programa a unidade básica da grelha de programação de uma estação televisiva. A ação e objectivo da mesma “é introduzir a coerência necessária para que se compreenda como uma continuidade e como uma expressão global a entidade enunciadora”(1998, idem). Neste sentido e nesta problemática, o autor refere que:

“Há portanto dois níveis claros de significação. Por um lado, a própria e particular de cada unidade e de cada articulação da continuidade e, por outro lado, a da globalização de todas elas numa unidade de nível superior que é o que diferencia um canal de outro. Este segundo nível é o que proporciona realmente a identidade corporativa. Este nível é o que marca a distinção.”(1998, ibidem)

No seguimento de considerarmos a programação mais do que a soma dos respectivos programas que a constituem, o autor Manuel Pinto vem solidificar isso mesmo. Apresenta como conceito fundamental na relação operadores de televisão-público, no contexto da programação, o conceito de fluxo, dizendo que (2000, p.47-48):

“A noção de fluxo supõe que o débito televisivo não é entendido como um somatório de programas, mas essencialmente como uma programação, isto é, como um produto pensado estrategicamente, em função das preferências imputadas à (identificadas na) audiência, dos ritmos sociais diários e semanais, de critérios de sazonalidade (períodos de férias escolares, por exemplo) e, naturalmente, dos recursos próprios dos operadores e das programações concorrentes”.

Esta ideia de televisão-fluxo está ainda baseada na existência de programas, “mas estes são como que tecidos e articulados num plano estratégico, manobrado num espaço de mercado concorrencial.”(id., p.48), a que Manuel Pinto chama, no fundo, de programação. O autor vê-a assim como um conjunto de textos, mas sendo ela própria como um grande texto, no qual estão espelhados reflexos e representações da vida social

que rodeia os operadores televisivos. Concebe a programação como um discurso de natureza predominantemente narrativa: narrativa esta que se torna elemento constitutivo da identidade do medium; narrativa esta que se consegue com os seguintes ingredientes – diferentes géneros, diferentes programas e elementos de ligação entre programas (Pinto, 2000, p.49).

Jesus Gonzalez Requena, no livro em que considera o discurso televisivo um espectáculo da pós-modernidade, corrobora com a ideia da programação ser mais que o somatório dos programas que a constituem, ao afirmar como proposta teórica que “o conjunto da programação constitui uma unidade discursiva de nível superior às unidades que contém, e é capaz de submetê-las à sua própria lógica” (1999, p.30), sendo que o elemento base – os programas – “são submetidos a uma força integradora de ordem superior constituída pela programação como estrutura discursiva autónoma” (id., p.31). Esta força integradora, segundo Requena, submete os textos parciais às exigências da estrutura de ordem superior que é a programação de uma estação televisiva, mercê de uma certa violência que relativiza a autonomia discursiva dos textos parciais.

Por isto mesmo, conforme Raymond Williams já chamava a atenção em 1974, ao descrevermos a experiência de vermos televisão, dizemos “que estivemos a ver televisão, em vez de estivemos a ver as notícias, ou uma peça, ou o futebol na televisão” (1974, p.94), o que nos remete para a ideia de fluxo contínuo na programação televisiva, ideia já defendida por este autor, considerado como o fundador do pensamento contemporâneo sobre programação, no plano académico. Mesmo quando ligamos a televisão para assistir a determinado programa em concreto, “descobrimo-nos a assistir ao programa seguinte e ao outro seguinte” (id., p.94), segundo ao autor devido à inexistência concreta de intervalos reais, que faz com que nós sejamos puxados continuamente, programa após programa, para assistirmos a algo que nos agarrará ao sofá, até porque a linguagem da programação é tal que nos convence de cada vez melhores coisas que irão aparecer no ecrã.

2.2 – Características da programação

São muitas e com várias possibilidades de abordagens as características da programação. Tentamos de seguida isolar algumas que nos pareceram mais pertinentes na bibliografia utilizada para este trabalho.

Herreros atribui à programação um sentido interdisciplinar submetido a múltiplas condicionantes:

- as económicas: no sentido em que se investe grandes somas de dinheiro em ensaios de programas que se prevêem de grande êxito e de audiências; com o consequente desaparecimento do programa do canal se não se atinge o nível esperado;
- as sociológicas: uma vez que se indaga previamente o mercado, utilizando as técnicas de marketing televisivo com posterior acompanhamento do comportamento das audiências; experimentando-se cada potencial programa nos mais diversos horários e dias de programação, escolhe-se manter o mesmo ou abandoná-lo;
- as psicológicas: que abordam os elementos de percepção, a capacidade de atenção a determinado programa, os ritmos e variações de interesse, as motivações de escolha do telespectador – que são aspectos a ter em conta na hora de desenhar a sequência de programação. (Herreros, 1998, p.379-380)

Assim sendo, verificamos que programar não é só escolher os programas.

Segundo Sara Pereira:

“O trabalho de programação revela-se, pois, um processo complexo de negociação entre os factores económico e político, a tradição de cada estação, a especificidade da linha editorial e ainda a adequação das normas legais vigentes em cada sociedade e também, é claro, os factores subjectivos dos programadores, os seus estereótipos sobre o público-alvo e os ritmos e estilos de vida da população”(2007, p.28)

Aqui Sara Pereira fala-nos da subjectividade de cada programador, aspecto esse que tentaremos isolar mais à frente no nosso trabalho, quando falarmos com os responsáveis pela programação dos quatro canais generalistas em Portugal. Parafraseando Guy Lochard e Henri Boyer, a autora diz-nos que ele, o programador, “jogando sobre os parâmetros temporais, deve velar por assegurar a maior adequação entre as mensagens e os telespectadores com o objectivo final de produzir audiência” (2007, p.24), o que possibilitará um maior poder negocial com os anunciantes.

Requena aponta duas características gerais da programação como um todo: por um lado o factor continuidade que leve o telespectador a sentir o canal como um todo com

coerência discursiva, e por outro lado o factor fragmentação que os textos parciais da programação têm de sofrer para se submeterem ao todo. Algumas formas de fragmentação tomam as seguintes formas (Requena, 1999, p.32-33):

- as emissões televisivas põem continuamente em questão a autonomia dos programas; estes são frequentemente fragmentados, “seja pela introdução no interior dos mesmo de mensagens estranhas, seja pela inserção de spots publicitários, informações de última hora, advertências sobre futuros programas, etc.”
- divisão de alguns programas em capítulos ou outras unidades de separação, como em alguns telefilmes, séries, na informação ou em concursos, fazendo com que estes programas sejam constantemente interrompidos por outros programas completamente diferentes;
- certos tipos de programas têm limites absolutamente indetermináveis, por serem compostos por subunidades internas (dentro do mesmo programa notícias, entrevistas, números musicais, etc);
- certas unidades temáticas, como por exemplo a cobertura de umas eleições, extravasam completamente o âmbito de só um tipo de programa, podendo ser desenvolvido ao longo do tempo – não determinado - nas mais diversas circunstâncias conforme a premência das novidades;
- existem espaços de antena, que embora estes sejam definidos temporalmente (ao contrário dos atrás referidos), não constituem unidades temáticas definidas, servindo apenas para anunciar/publicitar outros programas da estação;
- a referência de um programa dentro de um outro programa, constitui também para o autor uma forma de violência sobre a autonomia dos programas e a respectiva fragmentação a que assistimos;

2.3 – Estratégias de programação

São várias as estratégias, ou seja, acções focalizadas em garantir mais audiência, que trazemos a este trabalho. De acordo com Contreras e Palácio, críticos de televisão e professores da Faculdade de Ciências da Informação da Universidade Complutense de Madrid, parafraseados por Sara Pereira (2007, p.22), existem apenas três estratégias de programação: 1 - o confronto directo – onde um canal enfrenta um outro com uma oferta similar; 2 – a coexistência complementar – onde um canal procura públicos-alvo

distintos de um outro canal havendo por isso um convívio sem dificuldade; 3 – a busca de alternativas – onde o canal busca públicos minoritários não contemplados pelos outros canais.

Nesta sua tese de doutoramento, onde Sara Pereira estudou essencialmente a programação para crianças, a autora mostra-nos três grandes estratégias de programação: a programação horizontal e vertical; a contra-programação; e a autopromoção (Pereira, 2007, p.38-42).

Quanto à programação horizontal e vertical, de salientar dizer que a primeira caracteriza-se por encontros entre canal e telespectador fixos ao longo de toda a semana e reproduzidos invariavelmente durante a mesma; esta estratégia tem vindo progressivamente a ganhar terreno sobre a programação vertical, onde há encontros fixos semanais mas diferentes cada dia. A programação horizontal, conforme nota Cortés (1999, p.137), “constrói-se durante os dias da semana em que a audiência tende a comportar-se da mesma maneira”, aplicando-se aí uma estrutura horária parecida que possa conter produtos homogéneos como as séries, querendo-se com isto a fidelização. A programação vertical “é própria de uma oferta mais singularizada e distinta cada dia e é própria do prime-time, em cuja construção tende a desaparecer o conceito de ‘em série’” (id., p.137).

A contra-programação consiste em elaborar tácticas de selecção e de difusão de programas baseando-se na grelha de programas da concorrência. Na sua verdadeira acepção, o termo contra-programação é uma estratégia “que consiste na emissão de um programa, por parte de uma estação televisiva, que seja atractivo para uma audiência distinta da que é fiel ao programa que está a ser emitido numa outra estação (id., p.39). Contudo, conforme nota José Ángel Cortés, esta noção de contraprogramação mudou (1999, p.223):

“O termo contraprogramação mudou o seu próprio significado, passando geralmente a indicar um modo de programar que quer arrancar ao canal concorrente o seu próprio público...ou seja, o significado original foi destruído. Na actualidade, por contraprogramação entende-se comumente a programação competitiva (exactamente a que os americanos definem como programação competitiva – a técnica de parede contra parede (...))”

Esta técnica de parede contra parede é a que verificamos nos canais generalistas RTP1, SIC e TVI, nas suas guerras pelas audiências diárias, com grandes blocos e modelos idênticos aos mesmos horários a lutarem pelos telespectadores, conforme iremos analisar mais à frente (exceptua-se desta estratégia a RTP2, que a ter em conta a mudança de significado de contra-programação, pode-se dizer que a usa no sentido antigo do termo, apresentando produtos diferentes para constituir alternativa).

Conforme nota Cortés, a contraprogramação pode dar-se em qualquer horário da grelha de programas, mas salienta que o terreno fértil para ela é o prime-time – horário nobre. Isto porque é neste horário que se joga a grande batalha pelas audiências e a maior ou menor popularidade do canal.

A autopromoção é vender a imagem do próprio canal e dos seus programas. Esta política de marketing tem o mesmo objectivo da publicidade onde se vende a programação, servindo para fidelizar a audiência com o constante espicaçar a curiosidade dela para outros programas noutros horários. Ganhou relevo esta estratégia essencialmente com a entrada das televisões privadas e respectivo aumento da concorrência. Política agressiva, este pacto comunicativo revela-se por exemplo nos promocionais de programas ou na voz-off que aparece no final de muitos programas a anunciar os próximos visionamentos do dia ou da semana.

Passamos agora a explicar sucintamente outros tipos de estratégias mencionadas por José Ángel Cortés (1999, p. 228-243). Deixamos o nome original das mesmas. Segundo o autor, pode-se distinguir em três classificações: estratégias de localização – atendendo à localização dos programas na grelha; estratégias de formato – que tem a ver com o conteúdo ou formato dos programas; e estratégias de personagens – ligadas aos apresentadores e protagonistas de séries ou aos enredos elaborados pelos guionistas no caso da ficção.

Como estratégias de localização temos:

Stunting – consiste no movimento ou mudança de espaços com bastante frequência; nascida na América, tem servido mais como arma de defesa do que de

ataque, utilizando-se no cancelamento de um programa quando se suponha o mesmo não estar ao alcance do da concorrência.

Às vezes esta estratégia é usada na ofensiva, quando se apresenta um programa-piloto para analisar o possível êxito ou fracasso, por exemplo, havendo aí uma ruptura com a programação habitual;

Blocking – fazer passar dois programas de características similares, emitidos um atrás do outro, produzindo um bloco compacto de determinada índole; o programador busca aqui “um fluxo de audiência homogéneo”, tentando aumentar a audiência com programas seguidos para o mesmo público-alvo;

Lead-in – que tem a ver com os denominados programas de acesso, que precedem a outros importantes normalmente no prime-time; estes programas de acesso têm como objectivo ganhar audiência para os programas que se seguem;

Hammock – que consiste em colocar um produto novo e/ou mesmo fraco, no meio de dois de comprovada eficácia; tem tido muito bons resultados nos desenhos animados da programação infantil;

Tent Poling – nesta estratégia coloca-se um programa de êxito entre dois que não funcionam tão bem ou são novos; o programa intermédio servirá de íman, protegendo o que vem a seguir e fazendo crescer interesse pelo que lhe precede;

Bridging – consiste em começar o programa antes que a concorrência alguns minutos; começando antes os telespectadores começam a assisti-lo, estando já ‘embalados’ quando começa o do canal concorrente;

Stripping – próprio da programação horizontal, consiste em programar o mesmo produto à mesma hora todos os dias da semana, buscando-se a fidelização do público;

Checkerboarding – é a mesma estratégia que se utiliza no stripping, só que aqui o produto não é o mesmo, pretendendo-se atingir, no entanto, o mesmo público-alvo;

Golpe e Contragolpe – aplicada quase sempre a programas de ficção, trata-se de uma espécie de contraprogramação com o intuito de provocar instabilidade na concorrência;

No mans land – muito utilizada nos começos das estações, quando estas buscam horários que se podem tornar espaços fortes;

Acção de flanco – tipo de acção que consiste em aproveitar a debilidade do concorrente para se conseguir um programa de sucesso; quando um canal não tem sorte com um programa, um outro utiliza esta estratégia para aumentar a sua rentabilidade exactamente nessa franja horária;

Terra sem descobrir – com as mudanças de programação constantes de uma estação, pode acontecer um descuido com alguma franja horária em que anteriormente se conseguia bons resultados; isto é aproveitado pela concorrência que procura programas adequados para vencer nesse horário;

Programas de baixo custo – Cortés chama a atenção para o facto de que isto pode não parecer uma técnica/estratégia de programação, mas que é: procurar o equilíbrio entre o que se pode ganhar em audiência e o custo do produto, tentando ser económico na busca de telespectadores.

Quanto às estratégias de formato, estas são as indicadas por José Ángel Cortés, no seu livro ‘La estrategia de la seducción – La programación en la neotelevisión’:

- Special – quando se trata de um programa único, como entrega de prémios, desfiles de moda, galas ou finais de campeonatos ou ainda festas de natal, o canal emprega a fundo todas as suas armas e aproveitam as suas caras mais conhecidas, passando o programa em horário nobre podendo mesmo repetí-lo para rentabilização maior;

- Blockbuster – trata-se aqui também de programas especiais que proporcionam grande número de telespectadores, mas relativos a filmes de grande êxito; utilizados em dias especiais, podem contribuir de maneira decisiva para a vitória na guerra das audiências, devendo ser utilizados pelo estratega nos momentos mais oportunos e importantes;
- Long Form – os programas de longa duração, sendo considerados especiais ou não, podem conseguir bons resultados; programas que podem durar uma manhã, tarde ou mesmo o dia inteiro, bem como filmes de longa duração, podem permitir ao telespectador sair e voltar à programação do canal, entendendo o que se passa na retoma do visionamento;
- Loss leader – trata-se de um conceito que, como quase todos os que estão a ser aqui apresentados, é proveniente do sistema americano: às vezes há programas que, por alguns motivos, valem a pena ser emitidos sem se pensar no número de telespectadores que se vai conseguir; apesar de ser pouco frequente, o programador pode entender que algo é importante para a sociedade apesar de poder não trazer audiências;
- Warehousing – é uma estratégia de compra: consiste em realizar-se programas da mais variada índole, mesmo que não haja no momento presente espaço para os colocar na programação;
- Clipping – consiste em cortar os créditos de uma série ou filme (as letras miudinhas do final...) para que as pessoas não se aborreçam e mudem de canal; é no fundo ganhar tempo e criar uma maior dinâmica no fluxo de programas;
- Espaço forte – há duas versões desta estratégia de programação: espaço forte no sentido em que um canal pode ganhar uma notoriedade tal em determinada franja de horário que faz com que não valha a pena combatê-lo aí; ou espaço forte no sentido de um encontro frontal entre duas programações que apostam para a mesma hora produtos de sucesso;

- Cordão – busca-se aqui um sentido comum entre os programas que assim se vendem ao público de uma maneira unitária, como se tratasse de um só espaço; procura-se homogeneidade em blocos de maior duração;
- Autarcia – é no fundo contrapor/misturar programas modernos e de qualidade com filmes antigos populares.

Finalmente, quanto às estratégias de personagens temos:

- Crossover – fenómeno que se produz quando transferimos personagens populares de uma série ou concursos para outros do mesmo género que necessitem de reforço; é aproveitar a notoriedade de algumas personalidades televisivas para ganhar audiências em programas que não estejam a funcionar tão bem;
- Spinoff – refere-se a séries de ficção: quando um personagem principal ou secundário funciona muito bem numa série, cria-se uma outra série com ela como protagonista, para aproveitar o sucesso do actor/actriz junto do público;
- O incentivo – consiste em conseguir audiência à base de promover acções anteriores ao programa, como o envio de cupões para participar num concurso;
- Golpe Baixo – para combater um determinado programa da concorrência, fazem-se programas de paródia ao programa e/ou apresentadores; esta é uma das características da neotelevisão: abusar deste tipo de programas por vezes de péssimo gosto, principalmente quando nem sempre existe fair-play; apesar de ter como objectivo ridicularizar um programa, pode por vezes ter o efeito contrário, promovendo-o ainda mais;
- Permuta de canal – trata-se de contratar os apresentadores de maior sucesso de um canal, esperanças que eles tragam as audiências com eles; se antes identificávamos um canal com as suas caras, agora, numa lógica parecida ao futebol, temos um rol de transferências cíclicas.

Com todas estas possibilidades, podemos deduzir que o trabalho de um programador está sujeito a uma (possível) dinâmica constante na busca de sucesso na “guerra das audiências”.

2.4 – Tipos de programas

Não podemos colocar no mesmo pé de igualdade eventos audiovisuais muito distintos entre si, como uma série de ficção, a transmissão ao vivo de uma partida desportiva, o discurso oficial de um presidente, um videoclipe, um debate político, uma aula de culinária, uma vinheta com motivos abstractos, uma missa ou um documentário sobre o fundo do mar. Podemos incluir todos os programas numa categorização. Incluí-los em pacotes. Dizer que eles pertencem a determinado conjunto/grupo. Os géneros televisivos. Segundo Sara Pereira (2007, p.50-51):

“Não existe uma taxinomia de géneros que seja universalmente aceite(...). No estudo da televisão, têm surgido diversas tipologias, que seguem determinados critérios de classificação, conforme o objecto em estudo e o próprio uso que se pretende dar à tipologia. Podemos dizer que não é possível definir com exaustividade uma taxinomia de géneros, na medida em que estes não são categorias estáveis, são manifestações históricas com uma vigência e perdurabilidades limitadas. Para acompanhar a evolução das programações televisivas, as tipologias têm de ser objecto de actualizações frequentes.”

Concorda certamente com ela Arlindo Machado, quando, reforçando o que foi dito anteriormente, diz que (2005, p.70):

“Eles existem em grande quantidade, chegam a ser mesmo inumeráveis, aparecem e desaparecem ao sabor dos tempos, alguns deles predominam mais num período do que em outro, ou mais numa região geográfica do que em outra, muitos deles subdividem-se em outros géneros menores. Os géneros existem numa diversidade tão grande que muitas vezes se torna complicado estudá-los enquanto categorias.”

Este autor entende que “não compreender essa vertiginosa variedade pode implicar numa concepção de género esclerosada, esta sim desprovida de sentido, anacrónica e irrelevante numa civilização como a nossa” (2005, p.71).

Parafraseando François Jost, professor na Sorbonne e director do Centre d'Etudes sur l'Image et le Son Médiatiques, Sara Pereira indica o género como “instrumento que permite agir sobre o telespectador”, sendo o género uma “promessa” (2007, p.53). Segundo Jost, as emissões televisivas são interpretadas em função de três grandes modos de enunciação, que apontam a intenção do programador:

- o modo informativo – conjunto de emissões que nos informam sobre o mundo e a actualidade, pondo-nos em contacto com a realidade: são exemplos de programas deste modo os documentários, as reportagens, as notícias, os magazines e os debates;
- o modo da ficção – onde o emissor constrói um mundo cuja veracidade não é comparável com a nossa realidade: são exemplos os filmes, as séries e os telefilmes;
- e o modo lúdico – que é um nível intermédio aos dois referidos anteriormente, admitindo passagens rápidas entre o real e o ‘faz-de-conta’: são exemplos os concursos, os programas de variedades, os talkshows e os realityshows. (Pereira, 2007, págs 53-54)

A confirmar as diversas tipologias apresentadas pelos mais diversos autores, damos agora como exemplo a categorização feita por Cathrine Kellison. São para ela possibilidades de segmentação: a realidade/não ficção – como por exemplo documentários, biografias, programas sobre natureza ou viagens, ‘making-of’ ou entrevistas; as sitcoms/comédias de situação; séries dramáticas; o noticiário; o infantil; as entrevistas; as séries – como as novelas; o desporto; os programas de perguntas e respostas e jogos; os filmes da semana; os infomerciais; os institucionais; a propaganda; e finalmente os videoclips.

Segundo o relatório de regulação da ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social de 2007 (ERC, 2007, p.504):

“O conceito de género televisivo remete para os diferentes tipos de programas que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de um canal de televisão, nos

quais é possível reconhecer formatos de construção que ao longo dos tempos foram ganhando uma determinada padronização e que estruturam presentemente a composição de um dado serviço de programas”.

Tal como Sara Pereira, também a ERC assume que a noção de género televisivo é, no entanto, problemática, “por se tratar de um conceito que convoca sempre várias dimensões sob as quais os programas televisivos podem ser observados” (2007, p.505). Estas dimensões serão o conteúdo temático, o formato de concepção do programa, a intencionalidade do programador ou os públicos-alvo que privilegia. Mesmo assim, esta instituição avança a seguinte classificação de géneros televisivos, compreendendo sete grandes categorias de programação a que intitulam de macrogéneros (ERC, 2007, p.507-508):

- Informativos – programas vocacionados para a informação dos públicos sobre assuntos que marcam a actualidade: como os serviços noticiosos, os debates, as entrevistas, as reportagens, os comentários e magazines informativos;
- Desportivos – programas para a informação do público sobre questões de desporto da actualidade e a exibição de competições desportivas das diversas modalidades: a informação desportiva, as transmissões desportivas e os resumos desportivos;
- Ficção – programas vocacionados para o entretenimento, como a emissão de obras cinematográficas ou televisivas num só momento (os filmes e telefilmes), por episódios (séries televisivas) e incluindo-se também as telenovelas e géneros ficcionais de humor (comédia em sketches/sitcom);
- Infantis/Juvenis – programas de entretenimento, informação e formação de públicos infantis/juvenis, como por exemplo desenhos animados, jogos ou magazines informativos;
- Entretenimento – programas com vocação de proporcionar entretenimento aos seus públicos, como os casos dos concursos/jogos, realityshows, programas de variedades, talkshows, programas de humor como stand-up comedy, anedotas

ou apanhados, e todo o campo do infotainment (programas que adoptam o formato do género informativo mas cujo principal objectivo é o entretenimento);

- Culturais/Conhecimento – a divulgação de manifestações e expressões artísticas, como a literatura, o cinema, o teatro ou a dança, bem como programas sobre questões do conhecimento e investigação científica; programas educativos que se constituem como momentos de aprendizagem; programas de informação especializados em temáticas culturais e de conhecimento como os magazines culturais;
- Institucionais/Religiosos – programas desenvolvidos por entidades externas aos operadores televisivos, com o objectivo de divulgar projectos ou doutrinas das entidades promotoras; nesta categoria os espaços de programação levados a cabo por entidades públicas, privadas ou outras organizações da sociedade civil, os espaços de direito de antena, as celebrações litúrgicas e programas versando actividades de diferentes confissões religiosas.

Estes são exemplos de tipologias de programas por nós encontradas. Programas arrumados por géneros; género esse que, segundo Nora Rizzi, citado por Manuel Pinto (2000, p.48), “selecciona quantitativamente e qualitativamente públicos específicos”, acrescentando depois que “na estratégia de composição da programação, [o género televisivo] é articulado com os quadros horários dos tempos sociais, que segmentam e configuram a composição das audiências”.

Parte 2 – Os 4 canais generalistas em Portugal

Capítulo I – RTP 1 e 2, SIC e TVI – História

1.1 – RTP 1

Em 15 de Dezembro de 1955 nascia uma sociedade anónima com capital tripartido entre o Estado, emissoras de radiodifusão privadas e particulares e o público. Conforme podemos ler no primeiro volume do livro “História da televisão em Portugal”, de Vasco Hogan Teves, por escritura assinada no gabinete da direcção da Emissora Nacional de Radiodifusão...

“(…)ficou definitivamente constituída, por iniciativa do Governo, uma sociedade anónima de responsabilidade limitada, com sede e domicílio na cidade de Lisboa, sob a designação de RTP – Radiotelevisão Portuguesa, SARL, que se iniciou com o capital mínimo previsto na lei, no montante de 60 milhões de escudos, divididos em terços que couberam ao Estado, às emissoras particulares de radiodifusão e ao público – esta parte a subscrever em acções de 1000 escudos, pelas quais se tornaram desde logo responsáveis várias instituições bancárias.” (1998, p.29)

A produção das primeiras emissões televisivas em Portugal deu-se na noite de 4 de Setembro de 1956. O local escolhido foi a Feira Popular de Lisboa, que era organizada pelo jornal ‘O Século’. Contudo, e conforme confirmava a própria RTP, não se estava a inaugurar oficialmente e de facto a televisão em Portugal. Pretendia-se apenas realizar uma série de ensaios tendo em vista familiarizar algum público de Lisboa ao fenómeno e iniciar o pessoal técnico nas responsabilidades que a instalação definitiva iria trazer (Teves, 1998, p.38). Os objectivos foram cumpridos. Conforme se pôde ler no jornal ‘O Século’ da altura, já se perspectivava a importância do meio, uma vez que foi escrito que “(...) ninguém ignora as enormes perspectivas e vantagens que a televisão oferece para a elevação espiritual, cultural, social e recreativa das populações.”, havendo mais à frente na notícia a confirmação do jornalista de que “as primeiras emissões de televisão em Portugal correspondem a um dos maiores acontecimentos de qualquer época”(Teves, 1998, p.39).

O período de ensaios durou de 4 a 30 de Setembro, só não se emitindo programa à quarta-feira para o descanso do pessoal e revisão constante do equipamento. Raúl Feio

foi o primeiro apresentador que surgiu no pequeno ecrã. Ao longo desta programação ensaiada, ficou desde logo vincada a vontade de espectáculo por parte da televisão portuguesa de então: muitas rubricas musicais, com a presença dos mais populares artistas nacionais e alguns estrangeiros de passagem por Lisboa.

Depois de passar por uma verdadeira prova de fogo, que foi o acompanhamento da visita da Rainha Isabel II, de Inglaterra, em Fevereiro de 1957, as emissões regulares da RTP, também aceleradas pela cobertura do evento referido, iniciaram-se a 7 de Março de 1957. Foi a partir desta data que a idade da RTP começou a ser contada. Tudo começou às 21:30, quando depois do genérico do canal, Maria Helena Varela Santos irrompia com um “boa noite, senhores espectadores”. As emissões eram ainda a preto e branco, uma vez que as cores só chegariam a 7 de Março de 1980.

Na década de 90 do século XX, a RTP1 foi “abalada” pela chegada de dois concorrentes directos que alterou o seu palco de trabalho, conforme nos ajuda a compreender Alberto Arons de Carvalho (2009, p.107):

“Em Fevereiro de 1993, quando alguns meses depois da SIC, a TVI iniciou as suas emissões, a RTP não ficaria apenas perante dois concorrentes nacionais, com quem teria de partilhar as audiências de televisão. Os dois canais privados, que emitiam como a RTP por via hertziana terrestre, disputavam-lhe também as receitas publicitárias, as vedetas do ecrã, os novos formatos televisivos e os direitos de exibição de programas nacionais e estrangeiros. A generalidade dos custos da programação de televisão sofreu igualmente um aumento, directamente decorrente dessa competição entre os operadores”.

José Fragoso é o actual director de programas da RTP1: estreou-se no semanário ‘Se7e’, tendo passado pelo TSF no início desta estação de rádio; trabalhou ainda na SIC, de onde saiu em 2001 para integrar a equipa de Emídio Rangel na direcção de programas da RTP1; após a saída de Emídio Rangel regressou à TSF, onde desta vez foi director, tendo saído em 2008 para o cargo que actualmente desempenha.

No anexo 1, podemos seguir mais acontecimentos relacionados com a RTP1 durante os anos do surgimento dos canais privados em Portugal, numa cronologia traduzida do inglês – na tese de doutoramento de Hália Santos Costa – para o nosso português, língua utilizada neste trabalho.

1.2 – RTP 2

Foi a 25 de Dezembro de 1968 que nasceu o segundo canal da RTP. Logo no arranque ficaram patentes as preocupações da programação, conforme podemos concluir das palavras do Eng. Matos Correia, Director-Geral Adjunto do canal, ditas na emissão inaugural (Teves, 1998, p.152):

“O 2º Programa [canal], que entrou na sua fase experimental, tem como objectivo fundamental – num futuro que esperamos seja próximo – propor aos srs. Espectadores um programa de emissões complementares das existentes, ou de natureza diferente, quando consideradas comparativamente as emissões do 1º e 2º programas [canais]. Procurar-se-á oferecer a possibilidade de escolha entre géneros diferentes, com a preocupação de atingir um equilíbrio que permita uma selecção coerente com as preferências de cada um, ou a apresentação de determinadas emissões que, pela sua natureza experimental ou demasiado especializada, a existência de um só programa [canal] não justificaria nem tornaria legítimo”.

Nas emissões experimentais o espectador habituou-se a ir buscar ao 2º canal o que lhe tinha escapado no 1º, uma vez que apostaram na repetição de rubricas de estúdio do 1º canal, facto que mereceu críticas ao corpo de críticos televisivos que desde então já existiam.

Caracteriza-se actualmente como sendo uma televisão cultural, que privilegia os documentários e séries e dá voz às minorias, sendo considerado por muitos um canal um pouco elitista. Em comparação com os outros três canais abordados neste trabalho, é o que foge mais a uma espécie de mimetismo na programação.

A 5 de Janeiro de 2004 o canal passou a chamar-se “2:”, embora tenha retornado à designação habitual – RTP2 – a 19 de Março de 2007. Jorge Wemans é o actual director de programas da RTP2: formado em Paris na École du Journalism, teve antes desta função uma carreira jornalística no ‘DN’, subdirector do ‘Expresso’, fundador e director-adjunto do ‘Público’, director de informação da agência Lusa durante quatro anos, tendo também sido director do serviço de comunicação da Fundação Calouste Gulbenkian.

1.3 – SIC

Depois de 35 anos onde só existiu a televisão estatal, com os dois canais RTP 1 e 2, surge a SIC – Sociedade Independente de Comunicação -, com início de emissões a 6 de Outubro de 1992: primeiro canal de televisão privado, independente e comercial a operar em Portugal. O seu capital é detido na totalidade pela Impresa – SGPS, AS, liderado por Francisco Pinto Balsemão.

Em Maio de 1995 a SIC ultrapassaria a RTP a nível de audiências, pela primeira vez, sendo considerada, mesmo a nível internacional, como uma das televisões com melhores resultados em tão pouco tempo.

Sara Pereira, no seu livro ‘Por detrás do ecrã’, saído da sua tese de doutoramento, parafraseia Rogério Santos no que diz respeito aos quatro períodos que a SIC terá vivido até aos dias de hoje (Pereira, 2007, p.25):

- 1992-1994 – afirmação do projecto: correspondendo aos dois primeiros anos e meio de emissão, onde se verificou o crescimento e afirmação da estação que iria levá-la à liderança das audiências, no prazo já referido;
- 1995-1998 – liderança no mercado: considerado por este autor como os anos de ouro da estação de Carnaxide, essencialmente devendo-se a uma estratégia agressiva de programação, com uma grelha diversificada onde se destacavam a informação, os programas de entretenimento e as telenovelas brasileiras; e à estagnação da TVI e recuo da RTP nas audiências;
- 1999-2001 – novos projectos e parcerias: aparecimento dos canais temáticos, consolidação da transmissão por satélite para a Europa, Estados Unidos, Canadá e África, aquisição de empresas de produção de conteúdos e também venda de programas para Cabo Verde e Angola; as audiências baixam e perde a liderança para a TVI no horário nobre;
- 2002-... – retoma: 2002 foi um ano de alguma recuperação, embora a crise económica tenha feito baixar o investimento do mercado publicitário (principal financiador das televisões privadas), o que levou a um não crescimento da actividade da estação.

Actualmente a marca SIC encontra-se espalhada, para além do canal principal, pelos canais temáticos SIC Notícias – o primeiro canal português dedicado exclusivamente à informação -, SIC Radical, SIC Mulher – canal temático dirigido a um público feminino -, SIC Internacional, SIC Gold e mais recentemente SIC Kids.

Nuno Santos é o director de programas da SIC generalista. Foram directores de programas no passado Emídio Rangel, Manuel Fonseca e Francisco Penim.

No anexo 1 temos factos ligados ao nascimento da SIC.

1.4 – TVI

A escritura da TVI – Televisão Independente – foi feita em 1991, a 25 de Março, por um grupo de 46 accionistas, entre os quais instituições ligadas à Igreja Católica. As emissões regulares começam a 20 de Fevereiro de 1993.

A televisão nasceu sob o mote de televisão de inspiração cristã, destinada essencialmente à família. O mercado publicitário, que com a entrada dos dois canais privados se veio a revelar pequeno, veio dificultar as acções do canal, que entre manter-se fiel à sua carta de princípios inicial e conseguir audiências para atingir receitas que sustentassem o projecto, a levou a tempos difíceis ainda na década de 90 do século passado.

2000 foi um ano de viragem para a TVI: até então o canal transmitiu muita produção importada havendo pouca produção nacional; a partir daí o cenário alterou-se, e mercê também do realityshow ‘Big-Brother’ e a uma maior aposta na informação, a TVI começa a obter melhores resultados nas audiências. É desde 2004 líder de audiências em Portugal, no cômputo geral da programação.

A Televisão Independente é administrada por um grupo de comunicação social denominado Media Capital, cujo principal accionista é o Grupo Prisa.

No anexo 1 mais dados sobre o aparecimento da TVI.

Capítulo II – Programação dos quatro canais generalistas portugueses

2.1 - Grelha de programação de um dia da semana dos 4 canais

Para a maioria da população portuguesa e também dos possíveis leitores deste trabalho, a realidade à frente mostrada será familiar. Todos nós conhecemos mais ou menos aquilo que os nossos canais oferecem, os programas e as caras conhecidas dos apresentadores; mesmo assim, torna-se quase como que obrigatório mostrar, sucintamente, a oferta dos quatro canais generalistas portugueses. Para efeitos de caso de estudo deste nosso trabalho, escolhemos dois dias de programação: um dia da semana – quinta-feira, dia 18 de Junho de 2009; e um dia de fim-de-semana – domingo, dia 21 de Junho de 2009. Para os dois dias a seguir expomos a grelha de programas dos quatro canais generalistas portugueses emitidos em sinal aberto, com breve descrição de alguns programas.

5ª feira – 18 de Junho de 2009



06:03 - Nós

06:30 - Bom Dia Portugal
Magazine informativo diário com Carlos Albuquerque e João Tomé de Carvalho

10:00 - Praça da Alegria
De 2.ª a 6.ª, as manhãs são animadas por Jorge Gabriel, Helder Reis e Sónia Araújo

13:00 - Jornal da Tarde
Apresentação de João Fernando Ramos, Helder Silva e Carlos Daniel - inclui O Tempo

14:18 - Chamas da Vida
Telenovela brasileira com Guilherme Leme, Dado Dolabella, Jussara Freire e Andéia Horta

14:58 - Futebol: EUA x Brasil
Directo - Jogo da Taça das Confederações 2009



06:03 - Sociedade Civil
Repetição

07:17 - Zig Zag
Espaço infantil

14:00 - Sociedade Civil
Moderação de Fernanda de Freitas

15:32 - Percursos da Música Portuguesa (Último)
Reposição - Uma abordagem panorâmica da música erudita portuguesa desde o século XII até à actualidade

16:00 - National Geographic: Avalanche
Repetição



06:00 - SIC Notícias
Directo

09:10 - Ligou, Ganhou!
Directo

10:10 - Fátima
Talk-show diário apresentado por Fátima Lopes

13:00 - Primeiro Jornal
A primeiras notícias do dia com Clara de Sousa

14:30 - O Cravo e a Rosa
Telenovela brasileira em reposição com Adriana Esteves, Eduardo Moscovis, Drica Moraes e Luís Melo

15:40 - Contacto
Talk show com Nuno Graciano e Maya

16:55 - Rebelde Way



07:00 - Diário da Manhã
Magazine diário de informação apresentado por José Carlos Araújo e Sofia Barciela

10:15 - Você na TV!
Talk-show com Manuel Luís Goucha e Cristina Ferreira

13:00 - Jornal da Uma
Susana Ramos e Pedro Carvalhas fazem a primeira síntese de Informação do dia na TVI

14:12 - As Tardes da Júlia
Talk show com Júlia Pinheiro

17:00 - Quem Quer Ganha
Concurso

18:15 - Morangos Com Açúcar 6

17:01 - Portugal no Coração Tânia Ribas de Oliveira e João Baião são os anfitriões deste talk-show informal	16:53 - Zig Zag Espaço para as animações infantis	Série juvenil	Série juvenil
18:00 - Portugal em Directo As notícias do país com Dina Aguiar	18:07 - A Fé dos Homens Magazine religioso	18:15 - Três Irmãs Telenovela com Regina Duarte, Cláudia Abreu, Giovanna Antonelli, Carolina Dieckmann, entre outros	18:40 - Morangos Com Açúcar 6 Série juvenil
19:12 - O Preço Certo Apresentação de Fernando Mendes	19:02 - Iniciativa Emprego, formação e desenvolvimento com Raquel Santos	19:15 - Nós Por Cá Com Conceição Lino	19:33 - Flor do Mar Telenovela com Nuno Homem de Sá, Rogério Samora e Paula Lobo Antunes, entre outros
20:00 - Telejornal Apresentação de José Rodrigues dos Santos, José Alberto Carvalho e Judite de Sousa (inclui O Tempo)	19:50 - Zig Zag Espaço para animações infantis	20:00 - Jornal da Noite	20:00 - Jornal Nacional
21:00 - Grande Entrevista com Manuela Eanes Uma conversa conduzida por Judite de Sousa	20:43 - Todos Contra Chris Sitcom em reposição com Chris Rock	21:15 - Salve-se Quem Puder	21:28 - Deixa Que Te Leve Telenovela portuguesa com Mariana Monteiro, João Catarré, Luís Lourenço e Vera Kolodzig, entre outros
21:39 - A Minha Família Série de humor passada em casa da família Teixeira - com Fernando Luís, Rosa Villa, Carloto Cotta, Sara Barradas e Tiago Mesquita	21:08 - National Geographic: Sequóias - Anatomia de Um Gigante Documentário	22:15 - Cenas do Casamento	22:22 - Flor do Mar Telenovela com Nuno Homem de Sá, Rogério Samora e Paula Lobo Antunes, entre outros
22:09 - Duelo Final Concurso apresentado por Jorge Gabriel	22:00 - Jornal 2 Espaço de informação diária apresentado por Alberta Marques Fernandes ou Vasco Matos Trigo (inclui Cartaz 2)	23:00 - Caminho das Índias Telenovela de Glória Perez, com Juliana Paes, Márcio Garcia, Rodrigo Lombardi, Leticia Sabatella, Tony Ramos e Lima Duarte, entre outros	23:10 - Olhos nos Olhos Telenovela portuguesa de Rui Vilhena, com Paulo Pires, Paula Neves, José Wallenstein e São José Correia, entre outros
23:14 - Corredor do Poder Sandra Sousa e cinco comentadores discutem todas as situações relevantes do espaço público nacional - Directo	22:43 - Fringe Suspense, situações críticas, emoções fortes, acção e muita ficção numa série do mesmo criador de Perdidos	00:10 - Podia Acabar o Mundo Telenovela com Diogo Morgado, Joana Seixas, Vítor Espadinha, Ana Guiomar e Liliana Santos, entre outros	00:03 - Sexo, Dinheiro e... Poder 2.ª temporada - a saga da abastada e poderosa família Darling, que tem Donald Sutherland como patriarca
00:15 - Journeyman Série dramática sobre um homem sem controlo sobre o seu incrível poder para viajar no tempo	23:39 - Maybe God is III Uma viagem através de uma África devastada pela fome e pela sida	01:00 - Mentos Criminosas 4.ª série	01:00 - O Escritório 5.ª série
00:57 - Automobilismo: Rali Vodafone Transibérico 2009 Resumo diário	01:12 - Noites da 2: Em Reportagem - Médicos à Hora	01:55 - Cartaz Cultural	01:35 - Cartaz das Artes
01:15 - Quarto Crescente Um magazine de artes e espectáculo, apresentado por Júlio Isidro	01:46 - Universidades: E:2 - Escola Sup. de Comunicação Social Magazine	02:35 - Quando o Telefone Toca Concurso	02:05 - Sempre a Somar
02:05 - Prova de Amor (2 episódios) Uma novela, inspirada em alguns grandes sucessos da literatura infanto-juvenil, com Lavínia Vlasak, Marcelo Serrado, Leonardo Vieira e Bianca Rinaldi, entre	02:14 - Iniciativa Repetição	04:30 - Televendas	03:41 - O Escritório 5.ª série
	03:01 - Euronews		04:02 - Filme: Atirador de Elite
	05:45 - Sociedade Civil Repetição		05:30 - Tv Shop

outros

04:13 - Televidas

Tabela 1 – Grelha de programação de uma quinta-feira dos quatro canais generalistas portugueses

2.2 – Breve análise da programação do dia da semana

Sucintamente, podemos dizer que há modelos comuns nas programações dos canais RTP1, SIC e TVI na quinta-feira (podendo-se extrapolar para os restantes dias da semana). Há um mimetismo; o mesmo tipo de programas nos mesmos horários. Todos eles começam o dia trazendo notícias da actualidade: o ‘Bom dia Portugal’, o directo da SIC com a SIC Notícias e o ‘Diário da manhã’ às primeiras horas da manhã traduzem-se numa mesma oferta em termos de género e, consoante sabemos acerca da agenda mediática dos acontecimentos, de conteúdo também – uma vez que as individualidades e acontecimentos costumam ser também mimetizados de cadeia para cadeia (poderá entrar em jogo, na escolha dos telespectadores, a simpatia/empatia com os apresentadores do programa em questão, ou uma questão de fidelidade a um canal e seu estilo).

Depois dos boletins noticiosos, entram em jogo, às 10 ou poucos minutos depois das 10, exceptuando-se no canal 2 da RTP, os talkshows da manhã: ‘Praça da Alegria’, ‘Fátima’ e ‘Você na TV’ preenchem a manhã com programas que misturam a informação com o entretenimento, à base de entrevistas, passatempos, música, etc.

Às 13:00 horas, novo simultâneo em formato e normalmente em conteúdo: os telejornais de hora de almoço, segundo de três grandes momentos diários dedicados à informação. A RTP2, que como já anteriormente se referiu, sendo uma canal de minorias e sendo mais um braço da RTP, descola-se sendo uma alternativa aos três outros canais (analisaremos mais à frente mais em pormenor este canal).

Depois dos telejornais da uma da tarde, chega para a RTP1 e a SIC a altura da primeira novela do dia, antes de passarem ao talkshow da tarde; a TVI opta por colar o

seu talkshow da tarde – ‘As tardes da Júlia’, com Júlia Pinheiro, logo a seguir à informação das 13:00, procurando dessa forma colar-se aos adeptos deste tipo de formato. A RTP, neste dia analisado, transmite em directo um jogo de futebol afastando-se por um curto período de tempo da normalidade diária (esta excepção confirma a regra e vem demonstrar que é o futebol um dos principais motivos que fazem fugir as estações televisivas dos seus formatos rígidos).

Depois dos talkshows da tarde e até ao momento da telejornal das 20:00 – outro grande momento jornalístico em directo com actualização dos acontecimentos para o final do dia da população -, nos três canais com mais audiência dos aqui analisados, alterna-se entre telenovelas, concursos e programas de informação assemelhados a um telejornal (como é o caso do ‘Portugal em directo’ e ‘Nós por cá’); destaque para os ‘Morangos com açúcar’ da TVI, novela juvenil paradigma da aposta da estação na ficção nacional (à semelhança das novelas da noite) que se prolonga já por vários anos e edições de emissão.

Concursos, séries, documentários e essencialmente novelas – na SIC e TVI (com destaque para a TVI) marcam o prime-time das noites das estações. Neste dia destaca-se o programa ‘Grande Entrevista’ com Judite de Sousa a entrevistar sempre uma personalidade do nosso mundo logo a seguir ao telejornal, estendendo, mais do que os outros canais, a vertente de informação pela noite televisiva; com o ‘Corredor do Poder’ mais tarde, podemos assim destacar a RTP1, talvez imbuída pelo espírito de serviço público a que está ligada, como canal menos apostado na ficção no horário nobre das programações. Os ‘3 grandes’ acabam a programação, já pela madrugada fora, com tele-vendas.

Quanto ao canal 2, foge completamente ao formato idêntico que vimos acontecer nos três canais já referidos. De manhã, a posta vai clara e completamente para a programação infantil. Destaca-se depois, às 14:00, para depois do almoço, o espaço de debate moderado por Fernanda Freitas na ‘Sociedade Civil’. Ao longo da tarde nova passagem pela programação infantil e o habitual espaço dos programas religiosos como ‘A Fé dos homens’. Séries, documentários e magazines fazem deste canal um canal mais cultural (e talvez elitista por isso) do que os outros. O único ‘jogo’ para com os outros três canais, em termos de formatos idênticos, será a possibilidade do

telespectador poder receber a informação do dia passado, sob a forma de telejornal, no 'Jornal 2', mais tarde do que nos outros canais generalistas – às 22:00.

2.3 - Grelha de programação de um Domingo dos 4 canais

Domingo – 21 de Junho de 2009



06:22 - Euronews

06:30 - Espaço Infantil

Os Peludos, Alex no Pomar Mágico, No País dos Ozie Boo!, Harry e o Balde de Dinossauros, Onda e Concha, Mãe Mirabelle e Little People

07:11 - Brinca Comigo

O Mundo de Todd, O Gato Frankenstein, Bob, O Construtor e O Super Apresentador

08:00 - Bom Dia Portugal Fim-de-Semana

Informação

09:00 - Eucaristia Dominical

Directo

10:00 - IV Lisboa Bike Tour 09

Directo

11:56 - T2 Para 3 "Remodelado"

2.ª série - Leo, Clara e Diana (André Gonçalves, Ana Varela e Andreia Santos) são os novos residentes do T2 mais famoso do Bairro Alto, em Lisboa

12:29 - Destinos.PT

Helena Coelho propõe o que de melhor Portugal oferece



06:45 - Euronews

07:35 - Áfric@Global

08:03 - Músicas de África

Magazine semanal sobre a música que se faz em Moçambique

09:00 - Caminhos

Magazine religioso

09:27 - 70X7

Actualização semanal das actividades e assuntos relacionados com a igreja católica

09:53 - Nós

A imigração na óptica de acolhimento e integração das comunidades

10:50 - Geração Cientista

Série documental

11:05 - Da Terra ao Mar

Magazine sobre o panorama da Agricultura, da Floresta, das Pescas e do Desenvolvimento Rural em Portugal

11:33 - Consigo

Magazine

12:00 - Vida por Vida

Magazine de informação da Liga de Bombeiros Portugueses

12:24 - Olhar o Mundo

12:51 - National Geographic: Sequóias - Anatomia de Um Gigante
Documentário



06:10 - SIC Kids

Inclui Power Rangers, Detective Conan, Galaktic Football, F-Zero GP Legend, GI Joe Sigma, Sonic X, Teenage Mutant Ninja Turtles Sewer, Pokemon

09:15 - Disney Kids

Espaço infantil apresentado por Catarina Mira e João Paulo Sousa

10:50 - Tween Box: H2O

11:55 - BBC Vida Selvagem: Yellowstone - Tales from the Wild
Série documental



07:00 - Animações

Boo, New Woody, Curious George, New Captain Scarlett, Dinosaur King e Sp. Spiderman

09:49 - O Bando dos Quatro

Série juvenil de aventuras

10:37 - Hannah Montana
Série juvenil

11:07 - Missa (inclui Oitavo Dia)

13:00 - Jornal da Tarde João Fernando Ramos, Helder Silva e Carlos Daniel apresentam (inclui O Tempo)	13:44 - A Voz do Cidadão Com o provedor Paquete de Oliveira	13:00 - Primeiro Jornal	13:00 - Jornal da Uma
14:05 - Só Visto! Magazine com apresentação de Marta Leite de Castro	14:00 - Desporto 2 Directo - inclui Rali Transibérico 2009	14:00 - Fama Show Com Liliana Campos, Vanessa Oliveira, Cláudia Borges, Rita Andrade e Orsi Fehér	13:55 - Filme: Eu, Tu eo Emplastro You, Me and Dupree. De Anthony Russo, Joe Russo, com Owen Wilson, Kate Hudson, Matt Dillon. EUA, 2006, 108 min
15:27 - Prison Break 4.ª série - depois de escaparem do inferno de Sona, Scofield e Lincoln estão decididos a fazer justiça contra a Companhia	19:34 - Arte & Emoção Magazine tauromáquico	14:30 - Filme: Triunfo no Gelo	16:05 - Filme: Honey Honey. De Bille Woodruff, com Jessica Alba, Lil Romeo, Mekhi Phifer. EUA, 2003, 94 min.
16:09 - Terminator: As Crónicas de Sarah Connor Uma série de ficção científica a partir da saga «Exterminador Implacável»		16:20 - Filme: Seis Dias, Sete Noites	18:05 - Filme: Dois Estranhos, Um Casamento Wedding Daze. De Georg Stanford Brown, com John Larroquette, Karen Valentine, French Stewart. EUA, 2004, 88 min.
17:02 - Filme: Mickey Blue Eyes		18:25 - Filme: Perdida de Amores	
19:00 - Telejornal (1.ª edição) Apresentação de José Rodrigues dos Santos, José Alberto Carvalho e Judite de Sousa			
19:28 - Futebol: Itália x Brasil Directo - Jogo da Taça das Confederações, o torneio-ensaio do Mundial 2010			
21:20 - Telejornal (2.ª edição) Apresentação de José Rodrigues dos Santos, José Alberto Carvalho e Judite de Sousa (inclui O Tempo)	20:02 - A Alma e a Gente Magazine de história	20:00 - Jornal da Noite	20:00 - Jornal Nacional Directo
22:00 - As Escolhas de Marcelo Rebelo de Sousa	20:33 - Os Simpsons Série de animação com a mais famosa família amarela	21:10 - Grande Reportagem SIC	21:15 - Equador Adaptação da obra de Miguel Sousa Tavares
22:20 - Febre da Dança Apresentação de Sílvia Alberto	20:58 - 7 Palmos de Testa Ana Zanatti à conversa com jovens entre os 16 e 22 anos sobre os mais variados temas	21:50 - Salve-se Quem Puder Famosos	22:03 - Flor do Mar Telenovela com Nuno Homem de Sá, Rogério Samora e Paula Lobo Antunes, entre outros
23:22 - Os Contemporâneos Mais uma leva de paródia nacional com Bruno Nogueira, Carla Vasconcelos, Dinarte Branco, Eduardo Maceira, Gonçalo Waddington, Nuno Lopes e Nuno Markl	22:00 - Jornal 2 Espaço de informação diária apresentado por Alberta Marques Fernandes ou Vasco Matos Trigo (inclui Cartaz 2)	23:10 - Caminho das Índias Telenovela de Glória Perez, com Juliana Paes, Márcio Garcia, Rodrigo Lombardi, Letícia Sabatella, Tony Ramos e Lima Duarte, entre outros	23:10 - Olhos nos Olhos Telenovela portuguesa de Rui Vilhena, com Paulo Pires, Paula Neves, José Wallenstein e São José Correia, entre outros
00:13 - Filme: Perigo em Directo Bait. De Antoine Fuqua, com Jamie Foss, David Morse, Doug Hutchison. EUA, 2000, 119 min.	22:30 - Câmara Clara Com Paula Moura Pinheiro	00:15 - Filme: Pearl Harbour Pearl Harbor. De Michael Bay, com Alec Baldwin, Ben Affleck, Jon Voight, Cuba Gooding Jr., Kate Beckinsale. EUA, 2001, 183 min	00:20 - Filme: O Homem do Tempo The Weather Man. De Gore Verbinski, com Nicolas Cage, Michael Caine, Hope Davis. EUA, 2005, 102 min.
02:33 - Automobilismo:	23:51 - Britcom: Na Tua Ausência (2 episódios - Último) Espaço para as séries cómicas com a chancela da BBC	03:40 - Quando o Telefone Toca	02:20 - Sempre a Somar Concurso interactivo

Rali Vodafone Transibérico 2009 Resumo do dia	00:55 - Onda-Curta	05:25 - Televentas	04:10 - Unidade Especial 2.ª série
02:41 - Filme: Um Longo Domingo de Noivado Un Long Dimanche de Fiançailles. De Jean-Pierre Jeunet, com Audrey Tautou, Gaspard Ulliel. FRA/EUA, 2004, 134 min.	01:57 - National Geographic: É Mesmo Verdade? O Berço da Vida Repetição		05:00 - Tv Shop
04:49 - Televentas	02:49 - Euronews		

Tabela 2 – Grelha de programação de um Domingo dos quatro canais generalistas portugueses

2.4 - Breve análise da programação de Domingo

Ao Domingo a RTP 2 priva-se de dar programação infantil às primeiras horas da manhã, até porque RTP 1, SIC e TVI o fazem. A TVI dedica as suas horas aos mais novos, até à apresentação da eucaristia às 11:00. A RTP 1 também tem o espaço religioso, mais cedo, mas mantém a tradição da semana ao ser o único canal a ter ainda o espaço dedicado à informação logo pela manhã, no ‘Bom dia Portugal’, em directo. Antes do telejornal nos três grandes canais, às 13:00 em ponto (mantendo continuidade com os dias da semana), a RTP 1 e SIC apostam em séries – no primeiro caso de ficção e viagens, no segundo uma série sobre a natureza.

Depois dos telejornais, chega, no fim-de-semana, a hora dos filmes em série. A TVI arranca logo depois da informação com três filmes seguidos, enquanto a RTP 1 e a SIC apostam em programas sobre pessoas famosas ao mesmo tempo: ‘Só Visto’ e ‘Fama Show’, respectivamente, que são programas já típicos de fim-de-semana. Após esses programas a SIC arranca com os filmes e a RTP 1 com séries também misturadas com um filme (tardes de ficção em cheio).

Às 20:00 os canais voltam a encontrar-se com a informação em directo, como é da praxe, embora neste dia específico a RTP 1 tenha tido futebol, que mais uma vez é ‘leit-motiv’ para desajustar a programação. Depois dos telejornais, vêm os concursos na RTP 1 e SIC – ‘Febre da Dança’ e ‘Salve-se quem puder’ -, depois de espaços

dedicados à informação: os comentários de Marcelo Rebelo de Sousa e na SIC a Grande Reportagem. A TVI remete logo os telespectadores para a ficção nacional das suas telenovelas, à semelhança do que acontece à semana. No início da madrugada chega mais uma vez a hora de filmes, seguidos de concursos interactivos na SIC e TVI.

Quanto à RTP 2, dedica a manhã a magazines temáticos que espelham a vontade deste canal em cobrir temas que só nos telejornais são abrangidos pelos restantes três canais. À tarde, como é habitual ao fim de semana, a RTP 2 dedica-se a cobrir várias modalidades desportivas num programa muitas vezes recheado de transmissões em directo que conseguem fugir ao futebol. Mantém constante o jornal de actualização informativa às 22:00, que é seguido e precedido por programas de entrevistas informativos ‘Câmara Clara’ e ‘Sete palmos de testa’, seguindo-se a também tradicional ‘Britcom’ – conjunto de séries de humor.

Quer na quinta-feira quer ao Domingo nota-se semelhança na programação dos “3 grandes”. Hália Santos Costa conclui o mesmo na sua tese de doutoramento: no início avança essa hipótese acabando por concluir depois que “there is no significant difference between the main content of the public channel and that of the two private ones” (2003, p.227).

Capítulo III – Caracterização das audiências em Portugal

Passamos agora a enunciar o comportamento das audiências nos últimos tempos. Mais concretamente, e inicialmente, no ano de 2008, segundo um relatório anual da Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Em tempo de “guerra das audiências”, guerra essa mais essencial para os dois canais privados SIC e TVI, que vivem exclusivamente das receitas publicitárias, convém saber quem, nos últimos tempos, anda a convencer melhor o público de televisão em Portugal.

À cabeça desta caracterização, de sublinhar, segundo o relatório de regulação da ERC de 2008 (2008, p.187), que entre 2007 e 2008 registou-se um ligeiro aumento, de quase seis minutos, dos tempos médios de visionamento diário de televisão. Assim sendo, em média, viu-se 3 horas e trinta e cinco minutos de televisão por dia durante o ano de 2008.

Numa caracterização sociográfica das audiências dos canais generalistas, baseados em dados da Marktest, a ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social -, conclui essencialmente que em 2008:

- As mulheres continuaram a ver mais televisão do que os homens, embora a diferença de género tenha diminuído durante este ano;
- Numa distribuição do consumo televisivo por idades, os espectadores com mais de 64 anos continuam a ser aqueles que proporcionalmente vêem mais televisão, embora o consumo tenha diminuído nos grupos mais idosos e aumentado nos mais jovens;
- O interior do país é a região onde se continua a ver mais televisão, seguindo-se a Grande Lisboa e o Litoral Norte. Nesta distribuição geográfica, o Grande Porto e o Sul são as regiões do país com menor visionamento televisivo;
- O consumo de televisão é mais intenso nas classes C2 e D e mais escassa nas classes A/B, embora em 2008 tenha havido a tendência para uma maior uniformidade do visionamento televisivo por estrato social.

A TVI continuou a ser, em 2008, o canal televisivo com o mais elevado share de audiência, seguindo-se a SIC e a RTP1, com uma diferença mínima entre si. A RTP2 fica em quarto lugar nesta lista dos quatro canais generalistas portugueses. Comparativamente a 2007, a RTP1 e a SIC desceram no share de audiência: respectivamente 1,4 e 0,2 pontos percentuais. Por outro lado, a RTP2 e a TVI subiram neste indicador: respectivamente 0,4 e 1,5 pontos percentuais. A RTP1 teve assim um share de audiência de 23,8%, a RTP2 5,6%, a SIC 24,9% e a líder TVI 30,5%.

No horário nobre de televisão, ou seja, das 20:00 às 22:59, a RTP1 teve 24% de share de audiência, a RTP2 4,9%, a SIC 24,5% e a TVI 34,4%. Em média, os espectadores, durante o ano de 2008, passaram 51 minutos a ver a RTP1, 12 minutos a ver a RTP2, 53 minutos e meio a ver a SIC e 1 hora e seis minutos de visionamento diário da TVI.

Novamente numa caracterização sociográfica, e entre os canais de serviço público, notamos diferenças entre as audiências da RTP1 e da RTP2: apesar de ambas as

estações serem mais vistas por mulheres, conforme já vimos anteriormente, a RTP1 é mais apreciada por audiências mais velhas (38,4% dos seus públicos têm mais de 64 anos), enquanto que a RTP2, canal dos quatro que analisamos que mais aposta na programação infantil, tem como grupo etário mais forte das suas audiências o grupo entre os 4 e os 14 anos.

Quanto aos canais por cabo e outros, e porque já mencionámos na contextualização teórica a realidade dos mesmos, e porque eles serão referidos mais à frente pelos nossos entrevistados como sendo uma realidade que cada vez mais importa integrar no contexto global que cerca os quatro canais generalistas portugueses, a ERC, no seu relatório de regulação referente ao ano de 2008, diz-nos que o tempo de visionamento do cabo/outros tem aumentado desde 2003, estando situado nos 33 minutos diários dispendido a estes canais. Quanto à caracterização das audiências destes canais, podemos dizer que há diferenças significativas em relação aos quatro canais generalistas: o cabo/outros é preferido por audiências masculinas, numa percentagem de 56,5%, e por audiências mais jovens, principalmente os espectadores entre os 25 e os 44 anos; em termos geográficos o cabo é mais visto na Grande Lisboa, e é no Interior que há as mais modestas audiências desta alternativa aos canais de sinal aberto; e finalmente, são as classes C1 e A/B que denotam os hábitos de visionamento mais intensos deste suporte.

A luta entre a SIC e a RTP1 tem sido, também no ano de 2009, um dos factores de maior entusiasmo e disputa nesta conhecida por todos como a “guerra das audiências”. Passando da análise do ano de 2008 para um mês de 2009, bem mais próximo de nós, notamos que a RTP1 consegue ultrapassar a estação privada de Carnaxide e colocar-se na segunda posição, atrás da TVI que continua todos os meses a liderar a tabela.

Assim sendo, em Setembro de 2009 a TVI obteve um share de audiência de 27,5%, a RTP1 obteve 24,4%, a SIC em terceiro lugar com 22,4% e a RTP2 com 6,2%. O cabo e outros canais obtiveram 19,5%.

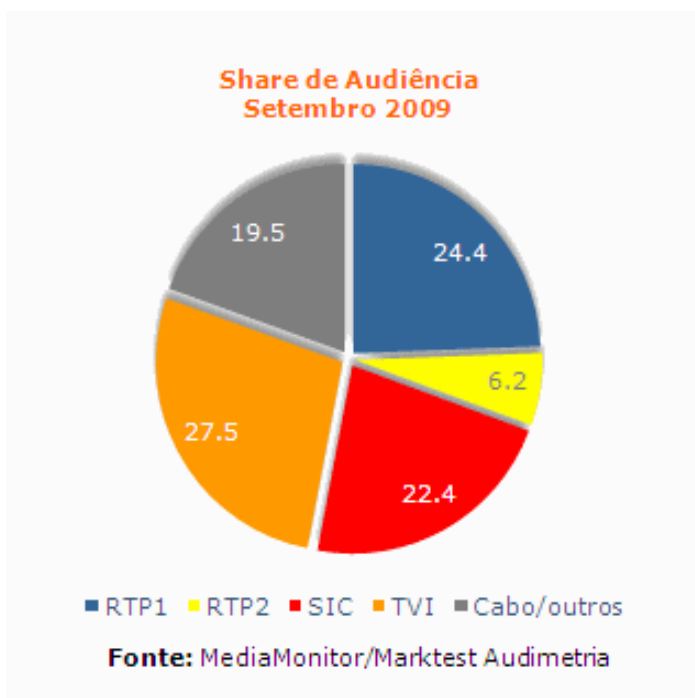


Figura 1 – Shares de audiência de Setembro de 2009

Numa análise feita aos dois últimos anos, de Setembro de 2007 a Setembro de 2009, ajudados pelo seguinte gráfico da Markttest, verificamos que a TVI nunca perdeu a liderança, embora já tenha estado melhor, que a RTP1 e a SIC foram trocando o segundo lugar, que o cabo e outros canais têm se aproximado cada vez mais da terceira posição, e que a RTP2 fica “sossegada” mais abaixo na preferência dos telespectadores.

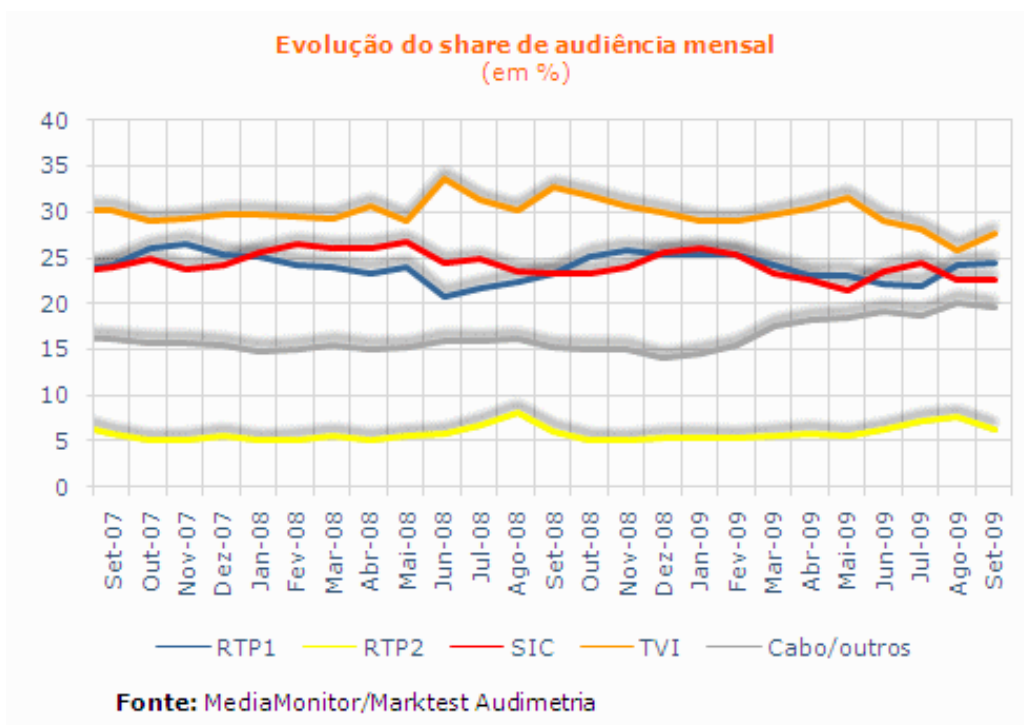


Figura 2 – Evolução do share de audiência mensal em %

Em Setembro de 2009, as transmissões de futebol e programas relacionados lideraram destacadamente, contando com oito presenças entre os quinze programas mais vistos do mês. Destaca-se ainda os programas de informação, nomeadamente dedicados às eleições legislativas 2009, que ocupam quatro lugares nesta tabela, que fica completa com a presença de duas novelas e um programa de humor. Desta tabela seis programas foram vistos na TVI, entre os quais a primeira posição; cinco na RTP1, entre os quais a terceira posição; e quatro na SIC, contando-se nestes a segunda posição nos 15 mais vistos do mês.

Top Programas Setembro 2009						
#	Canal	Dia	Hora início	Programa	Rat%	Shr%
1	TVI	9	19:40:01	Mundial 2010: Qualificação: Hungria x Portugal	21.4	58.9
2	SIC	16	21:17:39	Gato Fedorento Esmiuça Os Sufrágios	20.4	47.0
3	RTP1	20	20:09:34	Futebol - Liga Sagres: U. Leiria x Benfica	19.0	47.5
4	SIC	17	20:01:29	Futebol - Liga Europa: Benfica x Bate Borisov	17.8	43.3
5	RTP1	15	19:37:09	Liga dos Campeões: Chelsea x Fc Porto	17.1	44.9
6	RTP1	30	19:34:55	Liga dos Campeões: Fc Porto x At. Madrid	16.6	44.2
7	TVI	5	18:49:36	Mundial 2010: Qualificação: Dinamarca x Portugal	15.8	58.0
8	TVI	25	22:02:22	Deixa Que Te Leve	15.8	42.0
9	TVI	2	20:54:41	Legislativas 2009: Paulo Portas/Jose Socrates	15.2	39.8
10	SIC	17	22:00:11	Liga Europa: Resumo	15.2	37.1
11	RTP1	8	20:46:44	Legislativas 2009: Jose Socrates/Francisco Louçã	15.0	37.4
12	RTP1	13	20:09:33	Futebol - Liga Sagres: Sporting x P. Ferreira	14.8	40.9
13	SIC	12	21:16:03	Portugal'09: Jose Socrates/Manuela Ferreira Leite	14.1	39.0
14	TVI	21	21:16:35	Morangos Com Açucar VII	13.9	32.6
15	TVI	4	20:09:40	Jornal Nacional	13.7	39.9

Fonte: MediaMonitor

Tabela 3 – Top Programas de Setembro de 2009

Passando para a análise de um dia de Outubro de 2009, mais concretamente o dia 22, verificamos que a SIC neste caso recupera a segunda posição e consegue colocar três programas nos cinco mais vistos do dia, embora a TVI, e principalmente a sua ficção nacional – a principal prioridade de aposta do canal -, continue a liderar, com 28,2% de share.

Audiências Tv 22 Outubro 2009

Share de Audiências

RTP1 (22.3%)
 RTP2 (4.6%)
 SIC (26.8%)
 TVI (28.2%)
 Cabo/Outros (18.1%)

Top 5 Programas

#	Canal	Início	Descrição	Rat%	Shr%
1	TVI	22:23:43	DEIXA QUE TE LEVE	15.1	43.7
2	TVI	21:28:24	MEU AMOR	15.0	37.5
3	SIC	19:59:57	JORNAL DA NOITE	13.7	33.4
4	SIC	21:35:52	GATO FEDORENTO ESMIUÇA OS SUFRAGIOS	...	12.6 31.0
5	SIC	17:53:28	FUTEBOL - LIGA EUROPA - BENFICA X EVERTON	11.8	45.4

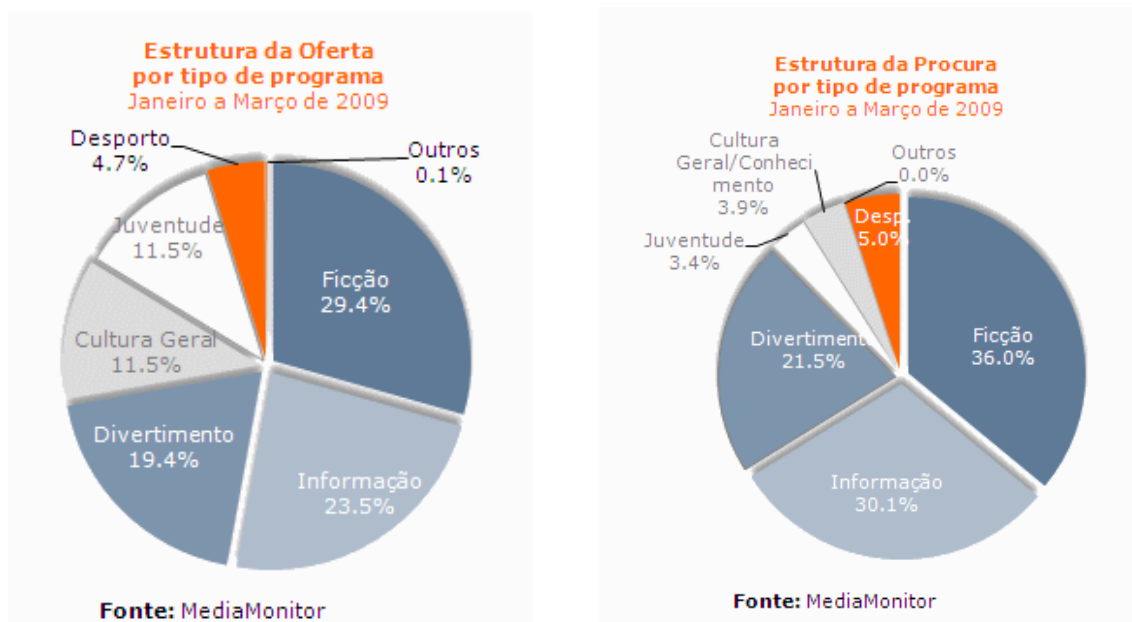
Fonte: Markttest Audimetria, Mediamonitor

Tabela 4 – Audiências do dia 22 de Outubro de 2009

Agora mostramos neste trabalho, e relativamente ao primeiro trimestre de 2009, a relação da oferta e procura dos quatro canais generalistas portugueses em termos da tipologia dos programas, em comparação com a oferta e procura totais. Assim sendo, podemos dizer, mais uma vez com a ajuda dos dados do sítio na Internet da Markttest, que ficção e informação representam dois terços do consumo de televisão.

Em termos globais, os quatro canais, exceptuando publicidade e espaços de autopromoção, ofereceram 6993 horas de programação durante os três primeiros meses de 2009. A ficção foi o género mais oferecido por estes canais, num total de 2054 horas de programas de ficção, que equivale a uma percentagem de 29,4% do total oferecido aos telespectadores. Por sua vez a informação ocupou 23,5% da oferta e o divertimento 19,4%.

Por sua vez, em termos de consumo, ou seja, de audiência, de procura, foi a ficção a preferida pelo consumidor de televisão, com 36% do total, seguindo-se a informação com 30,1% (perfazendo com estes dois géneros os dois terços que referimos anteriormente) e o divertimento com 21,5%.



Figuras 3 e 4 – Estrutura da Oferta e da Procura por tipo de programa

Isto são os dados referentes aos totais dos canais RTP1, RTP2, SIC e TVI. Contudo, analisando apenas aquilo que a RTP1 oferece, deparamo-nos com o facto de que este canal ofereceu principalmente programas de divertimento: 31,8% do total, contra 30,3% de informação e 28% de ficção. O gráfico seguinte mostra a oferta dos quatro canais, um por um, por género de programa.

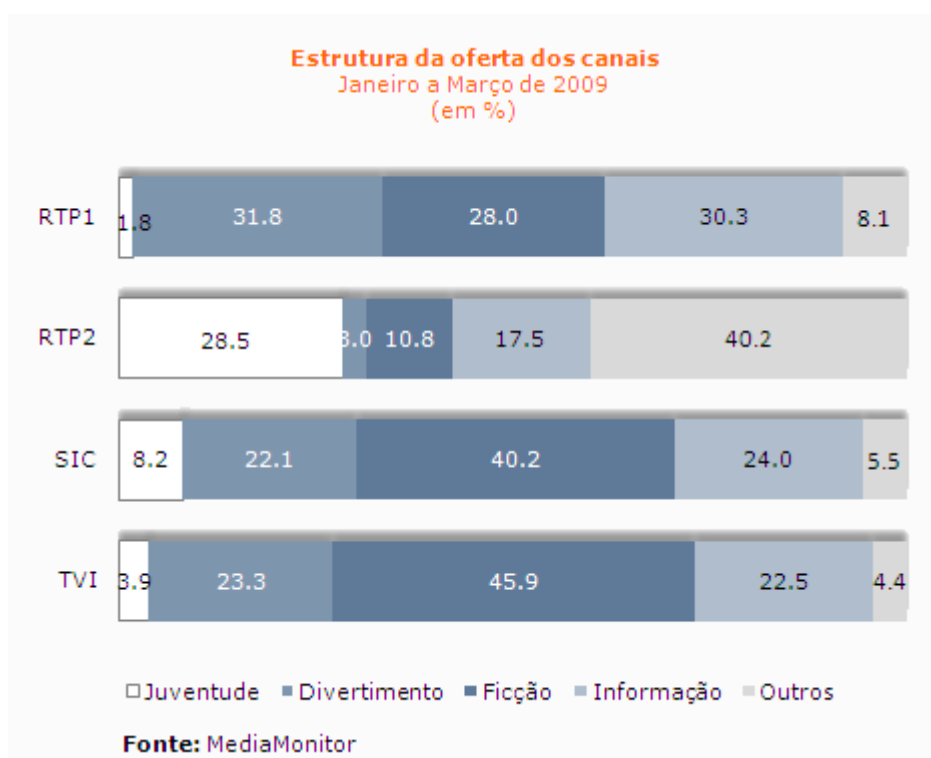


Figura 5 – Estrutura da oferta dos canais de Janeiro a Março de 2009

Isto no que diz respeito à oferta. Sublinhe-se o desfasamento da RTP2 face aos demais canais. Quanto à procura, conclui-se que na RTP1 o telespectador vê mais a sua informação, na RTP2 programas dedicados à juventude (incluindo-se a programação infantil), na SIC e na TVI a ficção, conseguindo na TVI a ficção uma “maioria absoluta”, que é o que mais ajuda esta estação comercial a ser líder nas audiências. (No gráfico abaixo representado deve ler-se, no seu título, “procura” em vez de “oferta”)

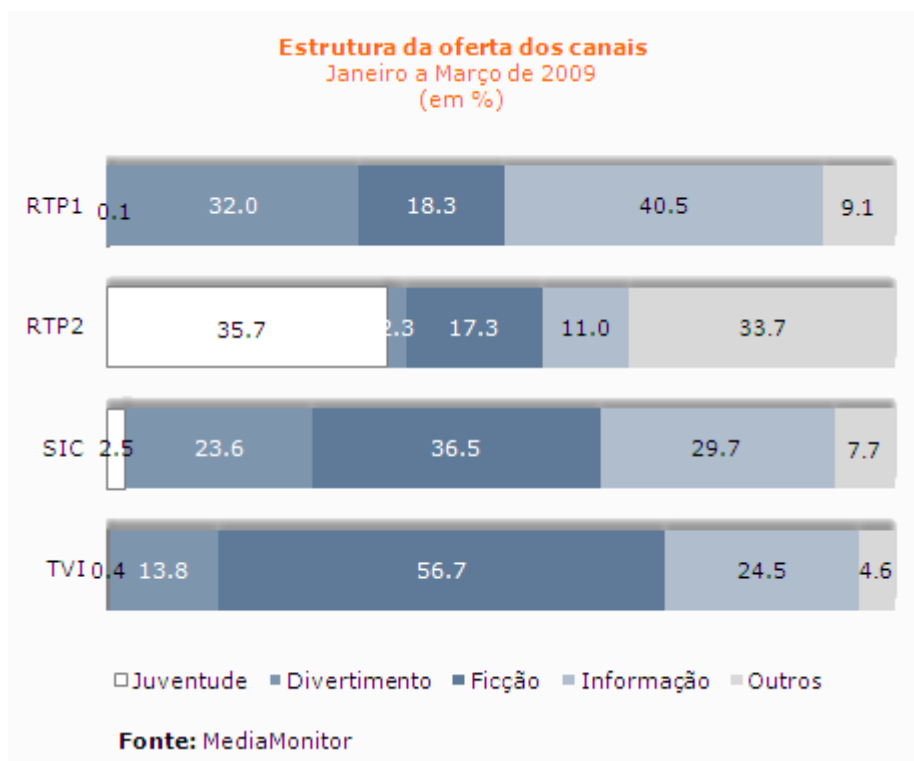


Figura 6 – Estrutura da procura dos canais de Janeiro a Março de 2009

Curiosamente, o canal actualmente líder de audiências é o que mais tempo de emissão destina aos intervalos publicitários, muitas vezes criticados, pela sua extensão, pelos telespectadores em geral. Assim sendo, em 2008 a TVI dedicou 25,7% da sua emissão a intervalos para inserção de publicidade, seguindo-se a SIC com 21,4%, a RTP1 com 13,7% e a RTP2, com menos tempo reservado à publicidade no total da programação, com apenas 3,4%.

Tendo este trabalho sido realizado maioritariamente durante o ano de 2009, terminamos este tópico fazendo uma espécie de rescaldo a este ano. Citando Jorge Mourinha, colunista do “Público”, conseguimos uma síntese de alguns pontos dos mais relevantes no que diz respeito à audiência do líder incontestado do ano de 2009 – a TVI, numa coluna no penúltimo dia do ano:

“Olhando mais em pormenor, nas generalistas a TVI sofreu a grande convulsão do ano, com a saída do director José Eduardo Moniz e a suspensão do Jornal Nacional de 6ª de Manuela Moura

Guedes em Agosto. A saída do arquitecto da ascensão fulgurante de Queluz ainda não se reflectiu na programação e nas audiências.

O canal insiste numa monocultura de telenovelas que já abriu algumas brechas mas ainda resiste aos ataques da concorrência, e mantém uma liderança de audiências que, no entanto, já não é tão inalcançável como pareceu em tempos: a SIC assumiu definitivamente na segunda metade de 2009 a vitória aos fins-de-semana enquanto algumas das grandes apostas do ano (a contratação de Herman José, ‘Ele é Ela’ e ‘Uma Canção para Ti’) ficavam aquém dos resultados esperados e ‘Portugal de Olhos em Bico’ provava ser um desastre. A nova aposta na informação, sob a direcção de Júlio Magalhães, é bem-vinda e tem dado bons resultados em qualidade e audiência, mas a incursão no cabo com a TVI24, lançada em Fevereiro, ainda não subiu do terceiro lugar entre os canais de notícias.”

Quanto à coluna deste jornalista no último dia de 2009, deparamo-nos com alguns destaques sobre a ‘performance’ da SIC durante este ano referido:

“A SIC teve o fenómeno do ano com o triunfo de ‘Gato Fedorento Esmiuça os Sufrágios’, lançou êxitos de horário nobre com ‘Salve-se quem Puder’, ‘TGV’ e os regressados ‘Ídolos’, e reforçou com inteligência a aposta na informação com ‘Nós por Cá’ autonomizado e uma série de rubricas, especiais e reportagens a seguir ao jantar.

Mas, ao nível do horário nobre, Carnaxide continuou a navegar à vista sem rumo aparente, regressando às novelas da Globo, explorando à exaustão os apanhados (a praga ‘Não há Crise/Tá a Gravar’) e o humor. E teve um dos desastres do ano com ‘M/F Sarilhos em Casa’. Não fossem os excelentes resultados obtidos ao fim-de-semana a partir do Verão, muito ajudados pelos magazines de princípio de tarde, e Carnaxide dificilmente teria conseguido aspirar à liderança de audiências, mesmo que a estabilidade de audiências diárias.”

Margarida Davim fez também o balanço do ano de 2009, no semanário “Sol”, e começou por lembrar os canais por cabo:

“O ano de 2009 foi o da afirmação da televisão paga em Portugal. Pela primeira vez, as televisões generalistas perderam terreno para os canais de cabo e IPTV. Em 2008 a marketest mostrava um share global de 13,8% para o cabo, mas estes canais conseguiram acabar 2009 com 16,9%. Os dados ainda só dizem respeito à ZON – que já chega a mais de 1,5 milhões de lares -, mas em 2010 a empresa de audimetria vai passar a monitorizar também a MEO – que já conta com cerca de meio milhão de clientes.

Esta subida teve efeitos nos generalistas, que globalmente perderam audiências. Enquanto este ano a TVI obtém um valor global de 28,7% de share, no ano passado chegava aos 30,5%. A SIC

também caiu dos 24,9% para os 23,4%. E só a RTP1 conseguiu fazer melhor do que em 2008, subindo dos 23,8% para os 24% de share global.”

Margarida Davim chama depois a atenção para o facto do canal do Estado ter agarrado o segundo lugar nas audiências, referindo que Nuno Santos só esteve na frente em Maio com o ‘Salve-se quem puder’. Concorda que foi um ano marcado pela saída de José Eduardo Moniz da TVI, dizendo contudo que os efeitos deste facto só deverão fazer-se sentir em 2010, uma vez que o ex-director da TVI deixou a grelha feita até Dezembro de 2009.

Capítulo IV – Obrigações legais na televisão portuguesa e sua programação

4.1 – Lei da Televisão

A lei que regula o acesso à actividade de televisão e o seu exercício, em vigor, é a lei n.º 27/2007, de 30 de Julho. Conforme podemos ter acesso no site da ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social -, esta lei faz a separação entre canais generalistas e temáticos, distinção já analisada na contextualização teórica deste trabalho. A lei, no seu artigo 8º, entende como canais generalistas “os serviços de programas televisivos que apresentem uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público”, enquanto que são temáticos os serviços de programas televisivos “que apresentem um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros audiovisuais específicos, ou dirigido preferencialmente a determinados segmentos do público”.

Um dos tópicos essenciais a este trabalho, o de tentarmos também distinguir o verdadeiro papel da televisão na sociedade, tem alusão directa ao artigo 9º desta lei, que estipula concretamente os fins da actividade de televisão, mostrando-nos legalmente, afinal, para que é que a televisão serve, no meio de tanta discussão e polémica sobre o assunto. Assim sendo, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados, constituem fins da actividade de televisão “contribuir para a informação, formação e entretenimento do público”: no meio do debate sobre se a televisão é mero entretenimento ou tem um papel educacional, a lei vem dizer que a formação faz parte dos objectivos deste meio de

comunicação; é também um fim o “promover o exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações”; ainda “promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural”; e finalmente “difundir e promover a cultura e a língua portuguesas, os criadores, os artistas e os cientistas portugueses e os valores que exprimem a identidade nacional”, ponto este que atá, relaciona, cruza, as televisões, com o país em que estão inseridas, neste caso Portugal.

Quanto à programação, que é o objecto de estudo central deste nosso trabalho, aparece-nos no artigo 27º certos limites à sua liberdade. Destacamos o facto de que ela deve “respeitar a dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias fundamentais”; não pode “incitar ao ódio racial, religioso, político ou gerado pela cor, origem étnica ou nacional, pelo sexo ou pela orientação sexual”; e, ainda a propósito do papel formativo da televisão, especialmente junto dos mais novos, é possível ler na lei da televisão que “não é permitida a emissão de programas susceptíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes”, através de, por exemplo, pornografia ou violência gratuita.

Apesar de comumente assumirmos como uma estratégia natural e só de benefícios para os canais em causa, o facto das estações apresentarem a sua programação, o que é certo é que está estipulado na lei que os operadores de televisão “devem informar, com razoável antecedência e de forma adequada ao conhecimento pelo público, sobre o conteúdo e o alinhamento da programação”. É o artigo 29º. A programação anunciada “apenas pode ser alterada pelo operador de televisão com uma antecedência superior a quarenta e oito horas”, a não ser “quando a própria natureza dos acontecimentos transmitidos o justifique, por necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas ou em casos de força maior”.

A propósito da difusão de obras audiovisuais, convém salientar que as estações de televisão, nomeadamente os quatro canais generalistas portugueses de que falamos mais neste trabalho, são obrigadas a cumprir determinados requisitos, o que condiciona o trabalho dos directores de programas. Conforme podemos ler no artigo 44º, o relacionado com a defesa da língua portuguesa, os canais “devem dedicar pelo menos 50% das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, televenda e

teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa”. Ainda neste artigo e a propósito também da defesa da nossa língua, os canais “devem dedicar pelo menos 20% do tempo das suas emissões à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa”. A produção europeia é também defendida nesta lei da televisão, no artigo 45º, que obriga os canais de cobertura nacional a “incorporar uma percentagem maioritária de obras europeias na respectiva programação, uma vez deduzido o tempo de emissão consagrado aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto”. Finalmente, e ainda dentro da defesa da obra europeia, o artigo 46º obriga os canais de cobertura nacional a terem no mínimo 10% da sua programação, excluindo, mais uma vez, o tempo dos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto, “preenchidos através da difusão de obras europeias provenientes de produtores independentes dos organismos de televisão, produzidas há menos de cinco anos”: fica assim salvaguardada uma parcela de tempo das programações à produção independente com uma certa exigência à actualidade dos programas.

4.2 – Contrato de concessão do serviço público de televisão

Dos dois canais mais analisados neste trabalho, dois deles, para além do estipulado na lei da televisão, estão ao abrigo de um outro contrato que os “força” a comportarem-se de determinada maneira. Trata-se da RTP1 e da RTP2. Tentaremos de seguida apresentar os principais aspectos quer do contrato em questão quer da questão do serviço público em Portugal e não só. Este contrato, consoante podemos ler no sítio da ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social – na Internet, é celebrado entre o Estado português e a Rádio e Televisão de Portugal, S.A.. É imperativo ao estado português, conforme decorre do n.º 5 do artigo 38º da constituição da república portuguesa, assegurar a existência e o funcionamento de um serviço público de televisão, devendo o estado “garantir os meios necessários, suficientes e apropriados à sua prestação”. Contudo, apesar deste acordo, “tanto a estrutura como o funcionamento da concessionária do serviço público de televisão devem garantir a sua independência perante o Governo, a Administração e demais poderes públicos”, e deve, consoante se retira da constituição também, “assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião”.

Neste contrato há referências à Lei da Televisão, que também contempla o serviço público de televisão. Referencia, por exemplo, citando, que a concessionária deve (...) “apresentar uma programação que promova a formação cultural e cívica dos telespectadores, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade”. Também em relação ao serviço público de televisão estão contemplados os desejáveis efeitos educativos da televisão face ao seu público, tema e problemática sempre presente neste nosso trabalho. A Televisão de Serviço Público, segundo este contrato, “tem de se constituir como um referencial de qualidade, que não se submeta a uma lógica exclusiva de mercado e preencha objectivos sociais e culturais”.

Definem-se, neste contrato, diferentes objectivos e missões para os dois canais RTP1 e RTP2 (não esquecer, embora não sejam tão importantes para a análise feita neste trabalho, que a RTP Madeira, a RTP Açores, a RTP Internacional, a RTP Memória e a RTPN são todos canais que surgem deste contrato de concessão de serviço público). Assim sendo, e reportando-nos à RTP1 e RTP2, de sublinhar que a RTP1 deve, segundo este contrato, conceder especial relevo:

- “a) À informação, designadamente através da difusão de noticiários, debates, entrevistas, reportagens e documentários;
- b) Ao entretenimento de qualidade e de expressão originária portuguesa, com respeito pelos direitos pessoais fundamentais;
- c) À transmissão de programas de carácter cultural;
- d) À sensibilização dos telespectadores para os seus direitos e deveres enquanto cidadãos.”

Quanto ao segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional, a RTP2, ele:

“compreende uma programação de forte componente cultural e formativa, devendo valorizar a educação, a ciência, a investigação, as artes, a inovação, a acção social, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, a produção independente de obras criativas, o cinema português, o ambiente, a defesa do consumidor e o experimentalismo audiovisual. (...) promove ainda o conhecimento da cultura, língua e património portugueses, a atenção às comunidades imigrantes e contribui para a sensibilização dos públicos para as questões de integração e coesão social, designadamente as que se relacionem com as diversas minorias étnicas presentes em Portugal.”

Alberto Arons de Carvalho, na sua recente tese de doutoramento, salienta a importância do serviço público de televisão (SPT), não se reportando apenas ao caso português (2009, p. 7):

“O serviço público de televisão desempenha, desde a sua origem, ainda antes da segunda guerra mundial, um papel de indiscutível importância cultural, social, económica e mesmo política, não apenas no âmbito dos media, mas também nas próprias sociedades contemporâneas”.

Este autor defende a existência de um modelo europeu de serviço público de televisão, pautado pelas (2009, *idem*):

“(…) preocupações com a qualidade e a diversidade da programação, o seu carácter distintivo face à concorrência, a capacidade para interessar todos os segmentos do público e não apenas as maiorias, a universalidade das emissões e a isenção e o pluralismo dos seus conteúdos informativos”.

Joaquim Fidalgo (2005, p.23) ajuda-nos a perceber quando exactamente terá surgido o SPT:

“O seu aparecimento, com os contornos que nos fomos habituando a identificar, costuma associar-se à criação da BBC, no Reino Unido, em 1926, cujo carácter pioneiro acabou por servir, em boa medida, de padrão e modelo orientados para os diversos países do espaço europeu”.

Espaço europeu este que hoje em dia, na voz e pensamento dos políticos e burocratas que ajudam a edificar uma instituição como a União Europeia, por exemplo, precisa cada vez mais de uma verdadeira esfera pública europeia, formada por uma sociedade civil transnacional actuante e participativa. Esta ideia é referida por Pedro Coelho (2005, p.76), que diz que para que tal aconteça a Europa precisa dos meios de comunicação social, e principalmente da televisão. Dentro desta, os canais de serviço público terão responsabilidade acrescida – o objectivo será, de acordo com Davis e Levy (*cit. in Coelho 2005*):

“(…) projectar o serviço público de transmissão a nível europeu permitindo que funcione como uma força integradora e homogeneizante que produza uma comunidade informada e consciente da sua história em comum e das suas tradições”.

Uma vez que este contrato de concessão de serviço público entre a RTP e o estado português contempla fundos para a prossecução dos objectivos dos canais RTP, é notório por esse facto o desnivelamento da importância das receitas publicitárias entre a RTP1 e 2, por um lado, e a SIC e a TVI, por outro. Bernardo bairrão, director-geral da TVI que substituiu José Eduardo Moniz no Verão de 2009, a este propósito, numa entrevista ao jornal “i” do dia 24 de Outubro de 2009, disse que:

“Ao ter as suas receitas operacionais garantidas pelo Estado – já que a sua publicidade apenas se destina ao pagamento da sua dívida – a RTP tem uma muito menor pressão para reduzir os seus custos, nomeadamente de programação. Ora isto criará um grave desequilíbrio no mercado se não forem tomadas medidas, o que aliás já foi feito pelos governos em Espanha e França. Não me parece que o estado financeiro do país permita reduzir ou eliminar hoje a publicidade na RTP – que seria sem dúvida mais transparente em termos de concorrência – mas importa definir limites aos custos operacionais do operador público. E muito em particular aos custos de programação dos seus canais generalistas e até dos temáticos, forçando uma redução desses custos de acordo com a quebra do mercado publicitário e consequentemente a redução dos custos dos operadores privados.”

Sendo polémica e controversa a questão de sabermos se o canal 1 e 2 da RTP estão a cumprir com a tarefa de serviço público ou não, fica-nos a possibilidade de enunciarmos as funções que este serviço deve contemplar em todos os países onde está em vigor, alargando ao máximo as suas potencialidades neste trabalho. Segundo o estudo “La definición del model del servei public”, do Conselho de Audiovisual da Catalunha, referenciado por Gabriela Borges num seu artigo sobre programas da RTP2 (2008, p.3-4), são 14 as funções que deve cumprir o serviço público de televisão:

- 1 – Função de preservação das garantias democráticas – ou seja, assegurar a livre expressão e confrontação de ideias, promovendo o debate plural sobre questões de interesse público;
- 2 – Função informativa – garantindo o respeito à independência profissional e ao pluralismo;
- 3 – Função cultural – “relativa à informação e à promoção das artes como área do conhecimento humano, cuja difusão deve ser assumida como um compromisso do serviço público de comunicação”;

- 4 – Função educativa – ou seja, a necessidade de considerar o uso do audiovisual com fins educativos, “tanto no que diz respeito à educação permanente quanto ao apoio a todos os níveis do sistema educativo”;
- 5 – Função de divulgação – “relativa à necessidade de socializar o conhecimento científico e técnico a fim de garantir a igualdade de oportunidades na sociedade”;
- 6 – Função social – “relativa à oferta de programas de interesse social, favoráveis ao bem-estar das pessoas”;
- 7 – Função política – como um estímulo à participação dos cidadãos na vida política. Garantindo o acesso a uma informação plural e diversa que “permita ao cidadão formar uma opinião equilibrada como membro de uma sociedade democrática”. Fomentando a credibilidade das instituições governamentais e o respeito pelo sistema democrático. Garantindo a liberdade de expressão das minorias e dos discursos não hegemónicos;
- 8 – Função inter-relacional – para cumprir a função de ‘praça-pública’, de local de encontro entre vários sectores sociais; tentar “colocar em contacto diversos sectores profissionais, sociais, culturais e políticos que habitualmente não se inter-relacionam”;
- 9 – Função identitária – “relativa à criação de espaços audiovisuais para a projecção de identidades culturais e linguísticas, criando sinergias para a produção, programação e distribuição entre diversas regiões”;
- 10 – Função de mobilização dos valores – através da “difusão de valores positivos pela televisão, ao serem definidas formas de intervenção positiva da televisão na sociedade;
- 11 – Função de equilíbrio territorial – para a “necessidade de garantir uma cobertura nacional que represente diferentes grupos e minorias étnicas e sociais”;
- 12 – Função de estímulo à interactividade – para “facilitar a todos os cidadãos o acesso à administração e aos serviços de carácter público”;
- 13 – Função de estímulo à participação sociocultural – contribuindo “para a produção de valores agregados na formação de mentalidades e no estímulo ao exercício da cidadania”;
- 14 – Função de estímulo à diversidade – “contribuir para a veiculação de uma pluralidade de perspectivas e pontos de vista, géneros, sujeitos representados, temas e formatos.

É polémica a questão de saber se em Portugal o serviço público está a ser cumprido perante as suas próprias concepções. Eduardo Cintra Torres, crítico de televisão, vai perto do final deste trabalho dar a sua opinião sobre isto, sendo um pouco polémico. Para já, adiantamos a percepção de Francisco Rui Cádima, que diz que (2002, p.3):

“(…) se os portugueses não têm dúvidas de que é necessário manter um serviço público de televisão, também concordam genericamente que o principal canal da televisão do Estado português – a RTP1, não faz mais do que mimar a oferta dos operadores comerciais, não correspondendo àquilo que se esperava dela e que está contratualizado no Contrato de Concessão.”

Hália Santos Costa, professora do ensino superior cuja tese de doutoramento de 2003 incidiu também sobre a programação televisiva em Portugal, e que gentilmente a enviou ao autor deste trabalho via e-mail, intitulada “Policy making in the Portuguese television and its effects on programming”, inicia o seu trabalho com a seguinte hipótese (2003, p.2): ‘The public service of television, mainly the first channel (RTP1) is not fulfilling its missions’. No final do mesmo, e depois de investigação através da análise da programação e discurso directo de algumas personalidades, para além de uma vasta bibliografia, acaba por concluir, em resposta a esta hipótese, que: ‘Yes, the public service of television, mainly the first channel (RTP1) is not fulfilling its missions’ (2003, p.227).

Capítulo V – Análise de discurso de responsáveis pela programação televisiva dos 4 canais

No capítulo 5 desta segunda parte deste trabalho dedicado à programação televisiva, mais concretamente à realidade portuguesa, entrevistámos quatro responsáveis pela programação dos quatro canais generalistas do nosso país: entrevistámos Bruno Santos, director-adjunto de programas da RTP1; Jorge Wemans, director de programas da RTP2; Luís Proença, director-adjunto de programas da SIC; e finalmente Paulo Soares, director de conteúdos de programação e audimetria da TVI. Todos eles foram entrevistados durante o Verão de 2009, havendo receptividade e notória motivação para falar de algo que lhes é muito familiar.

5.1 – O perfil do programador

Entre as perguntas em comum aos quatro responsáveis, encontra-se a relacionada com as características de um programador de televisão que os quatro entrevistados pensam ser fundamentais para o bom desempenho da função. O director de programas é quem dá normalmente a cara pelos bons ou maus resultados de um canal, até porque é essa figura que determina a grelha que nos chega a casa todos os dias.

Antes de “passar a palavra” aos entrevistados, convém sublinhar as 12 características enunciadas por Cortés (1999, p. 119), quanto ao perfil que deve ter o profissional de programação de um canal de televisão:

- 1 – Deve gostar de televisão; o autor chama a atenção para o facto de nem sempre, no passado, esta característica se ter verificado;
- 2 – Deve conhecer bem os géneros televisivos e distinguir toda a tipologia audiovisual;
- 3 – Ter uma mentalidade aberta para poder assimilar gostos, tendências e modas, contendo a mais ampla quantidade de informação sobre as mesmas;
- 4 – Um conhecimento diário da sua audiência e da audiência dos canais concorrentes;
- 5 – Ter ideias claras sobre os custos dos programas e sobre o mundo da publicidade;
- 6 – Ter capacidade de estratégia;
- 7 – Ter boa cabeça para os números;
- 8 – Conter uma grande dose de senso comum;
- 9 – Ter um enorme respeito pelo telespectador;
- 10 – Saber congregar à sua volta uma boa equipa de colaboradores;
- 11 – Saber criar um clima de trabalho fértil e amável com os produtores e, sobretudo, com os apresentadores e artistas;
- 12 – Conhecer perfeitamente as normas legais por que se rege a actividade televisiva no país em causa.

Quanto ao sucesso ou não do programador no decorrer do seu desempenho, a chave estará “na sua capacidade de antecipar a morte de determinada fórmula até então segura. A novidade custa caro, mas pode ser a única chave de um novo sucesso” (Coelho, 2005, p.69).

Bruno Santos, director-adjunto de programas da RTP1, fala, com conhecimento de causa, da seguinte forma, quanto às características de um bom programador de televisão:

“Eu acho que existe uma combinação de características. Há uma parte mais científica, teórica, que é conhecer o mercado no qual ele trabalha, conhecer o consumo televisivo, conhecer bem o comportamento do consumidor de televisão daquele país em questão, daquele mercado em questão. Ou seja, conhecer os diversos públicos que estão disponíveis a diversas horas, não só ao longo de um dia, mas ao longo de um ano também. O público da manhã tem uma composição, o do almoço tem outra, o da tarde é diferente, prime-time, late-night...ou seja, cada faixa de horário tem um público diferente... Da mesma forma, e traçando um paralelismo, o consumidor do mês de Janeiro não é o mesmo mercado consumidor do Verão, por exemplo. O programador tem de saber adaptar-se a essas circunstâncias...

A outra característica que eu acho importante que um bom programador tenha é uma visão estratégica, com base nessa parte mais teórica, e muita informação em relação ao mercado nacional e internacional, uma vez que neste mundo globalizado as diferentes tendências que se observam pelo mundo fora acabam por se reflectir no país em questão em que se trabalha.

Por fim, o que é também muito importante e que não passa tanto pela parte teórica, é ter sensibilidade. Ou seja, um talento... Por exemplo, se sabemos que “o que está a dar” são programas de música, a sensibilidade é para decidir qual o tipo de programa de música ideal e saber medir/calcular a receptividade do programa...”

Jorge Wemans, responsável máximo pela programação da RTP2, foi mais sucinto, mas indo directamente ao mais importante que ele considera que um programador, não só televisivo, deve ter:

“Em relação ao programador cultural, saliento a capacidade que um programador tem que ter de estar bem posicionado na rede de produtores, de actores, de agentes culturais, que podem alimentar os espaços do programador. Isso e o conhecimento de outros programadores que estão perto da sua área serão duas das características fundamentais a um programador cultural, não apenas televisivo...

Depois precisa de ter outro tipo de valências: como qualquer gestor tem que ser convicto e convencido, tem que não parar à primeira resistência que encontra, tem que ter bom senso... Essencialmente isto...”

Quanto a Luís Proença, da SIC, salientou os seguintes aspectos quanto ao perfil indicado para se ser um bom programador televisivo:

“Bom, primeiro que tudo, conhecer os públicos...ou seja, entender o comportamento que os públicos têm relativamente às diferentes propostas que são feitas pelos diferentes operadores...depois, mais do que conhecer, eu diria mesmo antecipar gostos e, se possível, interferir nesses mesmos gostos estando à frente do seu tempo...e ter um bom conhecimento das audiências, com capacidade de interpretação daquilo que são os resultados audiométricos que tem como ferramenta de trabalho...

E depois tem que ter a capacidade de fazer um alinhamento que seja competitivo perante as restantes variáveis concorrenciais... Quando falo disto falo da possibilidade que tem para gerir, dentro de limitações horárias, a relação de conteúdos entre programas e publicidade...”

Finalmente, Paulo Soares, da TVI, enumera também ele características essenciais, começando por aquela que o autor José Ángel Cortés mencionou em primeiro lugar, no início deste capítulo:

“A primeira coisa que um programador deve ter é algum gosto por televisão. É o gostar de ver televisão numa perspectiva de abertura total sem ter preferências seja qual for o género. Na prática esta é a primeira característica fundamental.

Há uma segunda característica, que é muito importante também, que é ter uma elevada sensibilidade para aquilo que acontece na sociedade. Acompanhar aquilo que é a evolução da sociedade, para se ter eventualmente a possibilidade de descobrir novos gostos ou tendências no consumidor de televisão.

A terceira característica necessária é ter alguma capacidade e flexibilidade mental para perceber quando, numa perspectiva de estação comercial, alguma coisa não está a funcionar e portanto quando não se deve investir nela.

Depois também é preciso, de base, ter a noção clara da missão que a empresa, neste caso a TVI, está a querer desempenhar num determinado momento. Por missão entenda-se o ponto de vista subjectivo e o ponto de vista mais objectivo ou quantitativo: subjectivo quanto aos valores, crenças, posicionamento na sociedade, riscos que se quer correr...e quantitativo no forte acompanhamento daquilo que são os resultados numéricos que são dados pelos instrumentos que existem no mercado. Os resultados numéricos aqui acabam por ser a conquista de audiência. A base de pensamento diária de uma estação comercial como a TVI, é saber se eu estou a obter audiência, saber que audiência é que estou a obter, sabendo se é aquela que é desejada do ponto de vista de composição, e por último saber o que estou a gastar, numa perspectiva global, para se

saber se o que se está a investir tem retorno publicitário ou não, para tentar manter um equilíbrio que é no fundo satisfazer accionistas...”

Todos os quatro programadores falam de algum tipo de sensibilidade necessária a este trabalho. É o ponto em comum, embora Jorge Wemans da RTP2 utilize a expressão “bom senso” e Luís Proença da SIC fale em “estar à frente do seu tempo”.

5.2 – O papel da televisão

No início deste trabalho mencionámos a opinião de vários autores e personalidades sobre o papel do pequeno ecrã na vida das pessoas. Aproveitámos as entrevistas a profissionais directamente ligados a este meio para sabermos opiniões “vindas de dentro”. Teoricamente será de esperar que profissionais da televisão tenham uma visão optimista do meio: acreditarão na força do seu próprio trabalho.

Bruno Santos acha que “podemos resumir isso em três palavras: informar, entreter e educar. Sem colocar uma coisa em frente da outra. O papel da televisão generalista assenta nestes três pilares.”, opinou o director-adjunto de programas da RTP1. Menos sucintamente, desenvolvendo e exemplificando mais, Jorge Wemans chamou a atenção para algumas formas como a televisão muda, ou interfere, no mundo em que vivemos:

“Para além de todos os debates das diferentes correntes de pensamento que possam existir, acho fundamentalmente que há duas coisas que são as mais relevantes: a televisão é entretenimento, basicamente, é isso que ela é...não estou a dizer que é um entretenimento não marcante...é marcante...contém atitudes culturais, e é marcante nos hábitos, nos consumos, nas percepções que os cidadãos têm, nos seus valores e na sua cultura; por outro lado, é verdade que a televisão ocupa e suscita a adesão do público de uma forma muito profunda e eficaz, e por isso ela é vista pelos estudiosos – desde logo pela escola e pelas universidades – como uma concorrente vitoriosa dos produtores de cultura tradicionais...”

Ou seja, é entretenimento não sendo inócua, é um factor de difusão de comportamentos, modos de pensar e visões do mundo que conformam uma determinada cultura...e desse ponto de vista eu costumo dizer que programar é em si mesmo um acto cultural, a programação tem sempre por trás explícita ou implicitamente um determinado tipo de opções culturais, um determinado tipo de visões do Homem, do mundo, da sociedade, da relação entre homens e mulheres, da relação do Homem consigo mesmo, etc. E desse ponto de vista qualquer programa ou estrutura de grelha, qualquer programação, aceitando que é essencialmente entretenimento, é susceptível de ser questionada sobre o que é que faz ali e portanto colocar a questão dos seus fins...”

Luís Proença encontra um papel educativo na televisão, não querendo apagar, contudo, outros elementos educativos que segundo ele são ainda mais importantes na nossa sociedade:

“Acho que estão contemplados factores educativos no papel da televisão. Contudo, a televisão não é o grande educador do povo. O grande educador do povo são os pais, as famílias, os professores. A televisão é um elemento de entretenimento, em geral, é um elemento de informação também, e estou a falar da televisão generalista principalmente...

Mas é claro que quem vê um documentário sobre a vida selvagem da BBC aprende... Quem vê uma novela e vê ficção também aprende... a nível da inteligência emocional. Há um grupo de portugueses que tende a achar que a televisão não é educativa e que não transmite os valores adequados. É claro que, e logo à partida, os valores adequados são discutíveis... Eu não acho que a televisão ensine coisas más... Acho sim que deve haver regras, o programador deve ter uma ética e deve considerar que do outro lado estão destinatários muito diversos e as propostas devem saber bem quem são os públicos a que se dirigem...

Em suma, acho que a televisão tem um papel educativo, não sendo esse, contudo, a sua missão primeira...que é entreter...”

Finalmente, Paulo Soares, da TVI, encontra também um papel educativo na televisão, mostrando a tendência das “pessoas da televisão” sentirem que trabalham num meio que promove a educação, sendo um elemento da mesma. A prová-lo, as suas palavras:

“Eu acho que devemos ter sempre uma postura de grande abertura, numa perspectiva antropológica, de abordagem a o que é a televisão. A televisão, na perspectiva dos americanos, não dos franceses, faz parte da cultura, apesar de na Europa não haver tradição de se pensar assim. Mas a televisão faz parte da cultura. É cultura. E numa outra perspectiva, é cultura popular, uma vez que a nível de impactos, chega a um volume grande da população.

Normalmente há a tendência para dizer que a televisão só tem uma função: entretém. Quando em rigor, o que acontece com toda a televisão, mesmo aquela que possamos dizer, subjectivamente, má televisão, ao mesmo tempo que entretém, está a educar.

Por exemplo, no Brasil, uma sociedade em crescimento, com uma base cultural de desenvolvimento inferior à nossa, a televisão desempenhou durante muitos anos um papel de

difusão dos elementos educativos formais forte. Se calhar na Europa já passamos essa fase, a sociedade e a televisão já desempenharam esse papel, e estamos numa fase de fruição...

Mas por exemplo, numa novela como os “Morangos com Açúcar”, se uma personagem tem um comportamento desviante, como meter-se na droga, a novela tenta fazer a demonstração ao seu público, que eventualmente aquele é um caminho errado do ponto de vista de comportamento de futuro. Que papel é que está aqui a ser desempenhado? É um papel de entretenimento puro ou é um papel educativo? Eu creio que não há dúvidas nenhuma quanto a isto...”

Ou seja, todos concordam que ela, a televisão, entretém, embora digam que o entretenimento traz consigo sempre algo mais.

5.3 – Critérios de escolha da programação

Como já vimos anteriormente neste trabalho, exceptuando a RTP2, os restantes canais generalistas portugueses apresentam programações muito parecidas. O que estará na base da escolha de determinados programas em detrimento de outros? Quais os critérios principais que interferem no trabalho dos programadores? Uma das questões em comum colocadas aos nossos entrevistados dos “3 grandes” canais portugueses foi exactamente essa: a questão dos critérios de escolha.

Bruno Santos salienta as obrigações da RTP1 perante o contrato de concessão de serviço público, que diferencia este – conjuntamente com a RTP2 – dos restantes canais comerciais:

“A RTP tem um contrato de concessão, que nos obriga de certa forma a cumprir uma série de directrizes. Nós temos de cumprir esse contrato de concessão de serviço público. Existe uma série de programas que nós fazemos para servir esse contrato e servir, ao fim e ao cabo, a sociedade. Esse é o principal critério, evidentemente. E para esses programas nós não estamos pensando em termos de audiências, se vão ser bem ou mal recebidos...nós temos que fazer e fazemo-lo da melhor forma possível...”

O outro critério tem a ver com a tentativa de diferenciação das estações comerciais, procurando uma programação mais alternativa e nada agressiva, algo mais familiar, que ao mesmo tempo consiga um contacto com o público. Isto porque não pode existir serviço público sem público...”

Por sua vez, a SIC, tendo aqui neste trabalho como porta-voz Luís Proença, sublinha a necessidade imperiosa da rentabilização comercial do canal, embora não se fique por aí:

“Os critérios são variadíssimos, e cruzam-se... Uma televisão comercial subsiste por força da publicidade que consegue emitir e consegue angariar. Doutra forma torna-se insustentável a sua rentabilização e portanto a sua existência. Para que se consiga rentabilizar necessita de ter audiência, e uma audiência qualificada do ponto de vista dos seus targets comerciais. Assim sendo, o critério mais público prende-se com a relação entre qualidade de público com share comercial... É inevitavelmente um critério que os programadores, enquanto operadores privados, usam na escolha das suas programações e nas suas propostas.

Evidentemente que há um conjunto de outros critérios. Não podemos esquecer o aspecto ético... Um programador deve considerar os públicos a que se dirige, deve considerar comportamentos que esses públicos têm, deve ter uma responsabilidade, à partida, sobre aquilo que propõem, porque inevitavelmente está a entrar na casa das pessoas...

Outro critério é a capacidade de encontrar propostas que fidelizem. A fidelização de um conjunto de públicos às propostas de um canal é um exercício que requer exigência, mas que é fundamental...”

Quanto à TVI, por parte da opinião de Paulo Soares, não deixa dúvidas quanto ao que move o programador na escolha de programas:

“A nossa preocupação na TVI é maximizar a adesão do público. Este é o grande objectivo da estação. Isto para garantir o máximo de rentabilidade a quem colocou dinheiro na empresa. Cativar um volume de publicidade elevado, superior ao valor que é investido. Este é o grande critério que orienta a escolha de programas...”

Ou seja, quer a SIC quer a TVI, aqui na voz de seus representantes, dão razão a Pedro Coelho, que afirma peremptoriamente na sua obra aqui neste trabalho referida, que o objectivo, nas televisões comerciais, é sempre o mesmo: “fazer com que um determinado produto conquiste a maior audiência possível, porque quanto maior for a audiência maior será a receita publicitária” (2005, p.69).

5.4 – Caracterização de cada um dos canais

Já apresentámos neste trabalho uma análise breve do que é a programação de cada um dos canais generalistas portugueses. Mas nada melhor que estes quatro entrevistados para sabermos de que forma se vê a programação das estações trabalhando nos meios em causa.

Assim sendo, a RTP1, do ponto de vista de Bruno Santos, é uma estação que procura ter uma programação familiar:

“Para além de cumprir uma função social, com uma série de programas que visam cumprir o contrato de concessão de serviço público, o que nós procuramos também é ser uma televisão familiar, com uma programação fresca, com uma programação que não fira a sensibilidade do telespectador. Uma programação em que possamos ter um pai ou um avô sentado ao lado de um filho ou de um neto, sem que ele se sinta constrangido com o que está a dar na televisão. Acho que isso acontece muitas vezes na concorrência...”

Já Jorge Wemans, director de programas da RTP2, fugiu do rótulo que prefigura a RTP2 como um canal de elites, embora tenha sublinhado a palavra exigência:

“Apesar do que é dito pela maioria, nós não nos consideramos um canal de elite. Nós damos de facto voz a minorias e a públicos mais específicos que não têm voz nem imagem nos restantes canais... Corremos o risco de ter uma programação que se dirige não para o público em geral mas para públicos mais restritos... Embora, quando nós programamos ou realizamos programas destinados a dar a ver algumas minorias, nos fazemo-lo com o intuito de que toda a gente possa estar interessada em visionar esses programas.

Não pensamos a nossa grelha para um público elitista, mas nós procuramos que ao longo de todo o dia, em permanência, tudo o que exibimos seja televisivamente exigente e culturalmente exigente. Apesar disso, temos a preocupação de, mesmo quando tratamos de questões culturais, científicas, estéticas, artísticas, mais difíceis e mais complexas e que resultam de uma maior mobilização de conhecimentos culturais ou científicos, transformar a linguagem e o tratamento desses temas em algo que qualquer pessoa que entenda português possa perceber do que se trata...”

Luís Proença, quando pedimos para caracterizar a SIC, descreveu-nos as principais áreas de aposta da estação, que compõem a programação do canal, tendo-nos dado exemplos concretos de programas em cada uma das áreas:

“A SIC tem propostas de ficção... A SIC tem um contrato com a Rede Globo que nos dá acesso às novelas brasileiras... Não sendo um exclusivo da SIC, porque a RTP também tem ficção brasileira com contratos com outros produtores como a Record e não só...

A SIC tem um eixo de informação forte... Tem manhãs informativas em conjunto com a SIC Notícias. Como os restantes canais tem informação à hora de almoço e de jantar. E depois desenvolveu um conjunto de propostas informativas, como por exemplo o “Nós por cá”, às 7 da tarde...tem também um conjunto de programas ou rubricas de informação mais segmentada, que normalmente são suplementos do jornal da noite, de segunda a domingo...

E depois procura ter propostas na área do entretenimento, naquilo que é o prime-time... A SIC tem historicamente apostado muito naquilo que é a proposta na área do humor e da comédia. É uma área em que a SIC investe bastante. Investe financeiramente e enquanto proposta de programação. São exemplos o “Gato Fedorento”, as “Cenas de um casamento”, o “Camilo, o Presidente”, as “Vip Manicure”...

Depois a SIC tem também apostado com alguma força nos entertainment shows. Tivemos várias propostas nos últimos meses, algumas bem sucedidas e outras menos. São exemplos o “TGV”, o “Tá a gravar”, o “Não há crise”, o “Salve-se quem puder”, o regresso da “Roda da Sorte”... Esta também é uma área em que queremos continuar a apostar.

A ficção nacional é também uma área importante, sem dúvida, relativamente crítica, principalmente este ano, porque é uma área em que o investimento é muito forte, e estando nós num ano particularmente difícil... Mas a SIC tem procurado manter essa linha viva, activa, embora sem a força que desejaríamos, por motivos financeiros... Produzimos o ano passado as novelas “Rebelde Way” e “Podia acabar o mundo” e estamos neste momento a produzir mais uma novela adulta chamada “Eterno amor”...

Depois a SIC nunca deixou também de apostar no cinema...bem como nas propostas para as crianças...

Para além disto tem os programas que nós chamamos de day-time. Ou seja, o programa da manhã e o programa da tarde, que são programas muito diversificados... Agora em meados de Setembro [2009] estreámos um conjunto de ofertas, dois programas day-time que são a “Companhia das manhãs” e o da tarde que se chama “Vida Nova”...

E depois temos ainda futebol, que é importante para nós. Actualmente somos detentores dos direitos da Liga Europa, por três anos, e da taça da Liga por mais um ano...”

Paulo Soares, em relação à TVI, acabou por correr o dia em termos de oferta; oferta essa semelhante, em termos gerais, à RTP1 e à SIC, conforme já vimos anteriormente neste trabalho. Assim caracterizou ele o seu canal:

“A nossa programação é uma programação de canal generalista. Um canal generalista é uma mistura de vários géneros e várias preocupações com vários públicos. A televisão que nós temos é um exemplo claro dessa preocupação. Temos o light entertainment de manhã e de tarde, tem informação pelo meio, tem ficção ao final da tarde, volta a ter informação à cabeça da noite, e depois à noite tem sobretudo ficção mas tem também entretenimento. Ao fim de semana acaba por ter algum material internacional, que o mercado português não consegue produzir por não haver modelo de sustentação. Estou a pensar no cinema...

Além disto, é uma televisão, do ponto de vista subjectivo, que pretende ser não amorfa. Pretende ser muito activa, inovadora...”

Na caracterização de Bruno Santos à RTP1 e de Jorge Wemans à RTP2, acabamos por notar preocupações de ambos que vão, de certa forma, ao encontro de alguns objectivos do carácter de serviço público de televisão: ora o de o canal 1 tentar ser um projecto familiar que não fira susceptibilidades no seio da família, ora o segundo canal tentar simplificar e explicar temas abordados que poderão ser de alguma complexidade para que todos percebam e aprendam. Quanto aos canais privados, obtivemos exemplos de produtos da programação ao longo do dia, notando-se semelhanças nas apostas, nomeadamente nas propostas de ‘day-time’ do light entertainment – que a RTP1 também apresenta – e a questão do cinema, presença assídua das tardes de fim-de-semana, principalmente, e onde a SIC consegue por vezes destronar a liderança da TVI.

5.5 – Programas que melhor caracterizam os canais

Não se trata de programas preferidos dos nossos entrevistados. Trata-se de questionar os mesmos acerca dos programas que melhor sintetizam o espírito de cada uma das estações de televisão generalistas em Portugal. Houve quem mencionasse programas efectivamente, mas também houve quem não quis apontar nomes concretamente, preferindo ficar-se pelos géneros que melhor caracterizam o canal.

Bruno Santos, em relação à RTP1, destacou os seguintes programas:

“Acho que isso passa mais pela sensibilidade do público, e até há pesquisas de opinião que são importantes para essa questão. Mesmo assim, acho que o “Telejornal” é por excelência um dos programas-símbolo da RTP1. É uma informação séria, rigorosa, credível, e as pessoas sabem disso, e não é a toa que o programa é líder na sua faixa de emissão. A RTP1 também consegue, na sua linha de programas de informação, ter com maior regularidade, com maior sucesso, programas de entrevistas com a Judite de Sousa, as Grandes Reportagens, os programas de debate... Não há nenhum outro canal que preste esse serviço de forma tão regular e decisiva como a RTP1 faz.

Depois nós temos uma linha de formatos também importantes: os concursos, sempre informativos e educativos, como é o caso actualmente do “Jogo Duplo”, que marcam não só a própria RTP1 como a televisão em geral...”

Da RTP2, através de Jorge Wemans, foram seleccionados os seguintes programas como símbolos da estação:

“Há vários... Eu diria o “Câmara Clara”: pessoas que são convidadas para debaterem entre elas, numa conversa onde o mais importante não é o terem um palco para reproduzirem o discurso da sua disciplina, mas o poderem reagir perante aquilo que acontece na actualidade, com uma interdisciplinariedade sempre presente...”

Por outro lado, e sem ir aos programas infantis, destacaria um programa como o “Sociedade Civil”, onde mais do que as interpretações e as análises, também é importante criar um fluxo televisivo em que instituições, associações, grupos de cidadãos que transportam uma experiência de resposta aos problemas, possam apresentar possibilidades de resposta às problemáticas, saindo da mera análise...

Estes dois programas estão claramente no coração da missão da RTP2. Mas também destacaria as séries e os documentários... As séries pelas situações que descrevem, pelo tipo de complexidade narrativa que criam...e os documentários por nos transportarem aos mais diversos locais do mundo... Ambos abrem um bocadinho a cabeça, para não ficarmos muito fechados em Portugal e nos seus actores...”

Apesar de não ter referido nenhum programa infantil neste lote de programas, é indiscutível que a RTP2 é o canal, de entre os quatro mais analisados neste trabalho, que mais aposta e mais tempo dedica aos mais novos na sua programação. Por isso acontecer, não podíamos deixar de interpelar Jorge Wemans sobre o papel da RTP2 na vida dos mais pequenos membros da nossa sociedade:

“A programação infantil tem vindo a assentar-se cada vez mais na RTP2. Tem vindo a crescer o tempo dedicado ao espaço infantil que nós chamamos de programação infantil. Temos vindo a privilegiar os meninos e meninas do pré-escolar, essencialmente, porque achamos que é uma missão importante do serviço público de televisão permitir às crianças de Portugal, que chegam à escola cada vez mais diferenciados entre eles, uns que chegam com muito mais bagagem que outros...procuramos que ao menos eles cheguem à escola com alguma coisa em comum e com isso permitir uma melhor socialização. Pelo menos em termos de heróis televisivos, de programas que viram, têm as mesmas referências...que será importante num país com muitas desigualdades...”

Quanto a Luís Proença, director-adjunto de programas da SIC, ele foi sucinto na sua resposta em relação a este tópico e apontou quatro áreas de destaque na programação da estação comercial:

“Eu acho que é claramente o humor, também o entertainment show – agora o “Salve-se quem puder”-, a novela brasileira – que continua a ter uma presença muito vincada na programação da SIC-, e finalmente a informação...”

Paulo Soares, da TVI, não falou em programas mas em géneros, para representarem o espírito do canal:

“A melhor resposta que lhe posso dar, é pensando em géneros... Acho que há três géneros, por circunstâncias diferentes, que representam a estação. Um é a ficção feita cá; outro é a informação, que tem um posicionamento agressivo bastante diferente das outras estações de televisão; e por último, uma coisa que neste momento pode não estar muito activa mas que faz parte do nosso ‘top of mind’, que são os “reality-shows”: nós neste momento não temos nenhum exemplo no ar, mas nós ciclicamente vamos até eles. Estes três géneros representam bem a TVI. Mais do que o programa A ou o programa B...”

Um dos géneros apontados por Paulo Soares, exactamente o primeiro, é o da ficção nacional. Segundo os estudiosos e críticos, é ela que subiu e tem mantido a TVI na liderança das audiências. Aliás, também segundo a constatação dos factos audiométricos. Por tal razão, insistimos no questionar sobre este género e questionámos sobre se é realmente uma prioridade actual da TVI:

“A ficção nacional passou a ser prioridade na TVI a partir de 1999. Só apareceu no ar o primeiro produto desse género em Dezembro desse ano, que foi o “Todo o tempo do mundo”. Para nós, a ficção há uns anos era uma oportunidade que existia que nenhuma das outras estações detinha: ficção em português, com os elementos da nossa cultura. Para nós, havia essa oportunidade... A

SIC estava sustentada numa fonte exclusiva chamada ‘Globo’, do Brasil. Estava confortável e não achava necessidade de construir um produto igual, embora falado no português de Portugal, que lhe iria custar muito mais... Estava acomodada. Quando se deu conta já era um bocado tarde para se implantar desse ponto de vista, o que não quer dizer que daqui a quatro anos não o consigam...

Hoje em dia, a oferta de ficção que nós temos é um dos pontos estruturantes da grelha, é um dos momentos da grelha que forçosamente tem que existir. É actualmente o elemento mais importante da programação da TVI... Nós temos actualmente 4 ou 5 produtos deste género no ar, entre o “Equador”, as novelas, etc. Para nós o desenvolvimento destes produtos é uma área de trabalho onde apostamos muito e onde queremos sempre demonstrar novidades ao público...”

5.6 – Tendências para o futuro da programação em Portugal

Sem tentarmos escolher nenhuma questão que tenha sido colocada como a mais importante, realçamos, contudo, esta última. Com ela, pelo menos à partida, desejaríamos saber que rumos pode tomar a programação dos quatro canais mais conhecidos em Portugal; que alterações podem surgir a uma grelha a que já nos habituamos a conhecer; que perspectivas, no fundo, para a televisão que temos nos canais generalistas portugueses no serviço ao público.

Bruno Santos, director-adjunto de programas da RTP1, não consegue imaginar hipotéticas mudanças na programação, e acha que as coisas vão mais ou menos manter a aparência actual no que diz respeito a audiências:

“Em relação a quotas de mercado, eu acho que a tendência é a que já existe actualmente, que é termos os dois canais comerciais lutando pela liderança, é termos uma RTP1 saudável, à qual não interessa lutar pela liderança de mercado mas sim ser um ‘player’ activo, e ter uma RTP2 minoritária sim senhor, mas com uma programação essa sim mais alternativa, que sirva públicos minoritários que são mais esquecidos pelos outros canais generalistas...”

Em termos de programação, eu acho que é pura especulação tentarmos adivinhar... Isto são ciclos... Mas acho que podemos esperar uma SIC muito mais agressiva; a SIC está retomando a sua dinâmica, depois de períodos conturbados. A TVI vai certamente continuar com uma programação voltada para a ficção nacional...”

Jorge Wemans, director de programas da RTP2, traçou o momento conturbado do mundo da televisão em sinal aberto e deixou esperanças positivas quanto ao papel da RTP2:

“A televisão de sinal aberto é uma actividade, é um negócio, que como dizem os economistas, é um negócio maduro. E mais do que isso é um negócio cujo pico mais triunfante e mais afirmativo já está para trás e acho que não volta. É um negócio em declínio. Por variadíssimas razões. Primeiro porque a televisão em sinal aberto concorre hoje com uma enormidade de canais codificados... Em Portugal, em quatro horas de prime-time, na maioria das famílias portuguesas, as pessoas podem escolher entre 600 programas diferentes. Depois porque as pessoas estão cada vez mais a consumir outros ecrãs: o computador, o telemóvel...

Ainda por cima, aquilo que foi a alavanca principal, desde o início, do negócio da televisão, que foram as receitas de publicidade, estão a mudar de rumo... Os grandes investimentos publicitários tenderão cada vez mais a serem mais precisos e directos nos públicos que querem apanhar... e teremos por isso menos recursos no futuro...

Quanto a RTP2, acho que o futuro pode ser interessante, no meio destas dificuldades em que se encontra o negócio televisivo... Será interessante para a sociedade portuguesa, na medida em que conseguir não baixar a fasquia da sua exigência em termos de qualidade... Na medida em que, ao contrário do que tem sucedido nos últimos anos, encontre algum orçamento, alguma capacidade inventiva, para também produzir alguma ficção, que é algo que faz falta na grelha da RTP2... E que continue no fundo a fornecer ao seu público elementos importantes de reflexão e de distanciamento do dia-a-dia... Para além de ser um canal que entretém, a RTP2 quer ser um canal com a intenção de produzir no espectador a oportunidade de rever aquilo que vive e a actualidade e que faça do espectador um ser alerta e consciente... Será essa a ambição da RTP2...”

Luís Proença, director-adjunto de programas da SIC, falou-nos da concorrência dos canais generalistas e traçou características do posicionamento da SIC em relação aos outros canais, que nos pode dar ideias quanto às principais apostas desta estação para o futuro:

“Há aqui um conjunto de aspectos que se cruzam, isto está tudo muito ligado... A verdade é que a audiometria em Portugal tem vindo, sobretudo ao longo deste ano, a revelar-nos que os canais do cabo, as suas propostas, muito diversificadas, significam hoje 20% do consumo de televisão em Portugal, por dia. Isto vem revelar uma tendência do consumo televisivo que para os canais generalistas os coloca numa circunstância de inevitável adaptação a outra realidade.

Isto traz-nos um futuro relativamente incerto em relação ao lugar que cabe aos canais generalistas. Algumas respostas são evidentes... Os canais por cabo de produção portuguesa não têm músculo financeiro para fazer propostas que se tornem mais massificadoras, e portanto, não conseguindo combater no campeonato dos generalistas têm alguma dificuldade de crescimento exponencial... seja como for, tiram espectadores aos generalistas que por isso têm que adoptar novas estratégias...

Hoje em dia nós temos a RTP2 dedicada sobretudo a propostas infanto-juvenis; a RTP1, ao longo dos últimos anos, reconciliou-se com um público de escalões etários mais elevados, e tem aí, aquilo que eu chamo a brincar de base social de apoio; a TVI criou uma máquina poderosa de ficção, sobretudo novelas; a SIC tem tido aqui um caminho mais difícil de trilhar, porque a sua base social de apoio, para usar esta metáfora, é diferente... É mais jovem do que em qualquer dos outros canais, e por isso disponível para outro tipo de propostas, nomeadamente as do cabo. Quando eu digo mais jovem, quer dizer que é mais pronta a exigir, são mais voláteis no consumo televisivo uma vez que têm menos tempo para tal, sendo muito mais críticos no que vêem.

No fundo, não sei qual será a estratégia da RTP e da TVI para o futuro... Aqui na SIC temos um trabalho de proposição de alternativas aquilo que os outros dois players do mercado oferecem. Nós temos tido casos de sucesso nos últimos meses nas nossas propostas, que passam sobretudo pelo entretenimento. Estou a falar de comédia, de humor, como é o caso agora do “Gato Fedorento”, mas também estou a falar de light entertainment, como foi o caso do “Salve-se quem puder”. A SIC tem um trabalho de soma de partes que deve ser um caminho em torno do entretenimento, claramente. Não da ficção...embora também na informação...”

Quanto a Paulo Soares, director de conteúdos de programação e audimetria da TVI, aposta, em traços gerais, num cenário de continuidade do que assistimos hoje em dia, apenas chamando a atenção para uma cada vez maior implementação dos canais temáticos:

“Estas ondas de estruturação e de amadurecimento dos canais de televisão demoram alguns anos. E neste momento, não parece estar visível nenhuma onda de estruturação de uma estação com um conceito completamente novo. Estamos, parece-me, mais num caminho de continuidade de coisas recentes...”

A única coisa em que se pode especular, mas de forma muito global, é admitir que o futuro da televisão é cada vez mais segmentado, mais na perspectiva de oferta do que de consumo. Do lado de oferta vão com certeza aparecer mais canais. Não generalistas mas temáticos... Do lado do público ainda não há tanta segmentação quanto isso mas já começa a haver, portanto há uma possibilidade dos canais temáticos terem já fatias de público que interferem com o nosso trabalho e mercado...”

Inicialmente os nossos entrevistados fecharam-se quanto à possibilidade de tentar uma espécie de futurologia - à semelhança do que irá acontecer de seguida com o crítico Eduardo Cintra Torres -, embora depois tenham dado algumas pistas importantes para percebermos o que em princípio vai continuar na mesma e o que pode alterar, conforme constatamos nas respostas anteriores.

Capítulo VI – A visão de um crítico: Eduardo Cintra Torres

Eduardo Cintra Torres é uma das referências em Portugal no que diz respeito à crítica do que se vai passando na nossa televisão. Professor de Estudos Televisivos na Universidade Católica Portuguesa, em Lisboa, escreve semanalmente, aos sábados, no Jornal ‘Público’. Obtivemos para este nosso trabalho sobre programação televisiva, com especial enfoque na realidade portuguesa, no dia 28 de Outubro de 2009, a opinião do crítico sobre o papel da televisão, retirámos dele uma caracterização, sob o seu ponto de vista, dos quatro canais generalistas, e tentámos especular com ele cenários futuros.

Para começar, e a propósito dos objectivos da televisão estipulados pela lei da televisão já referenciados neste trabalho, como seja o de “contribuir para a informação, formação e entretenimento do público”, quisemos saber se realmente ele acha que a televisão consegue preencher essas três vertentes desejadas. A resposta do crítico foi a de tentar, remetendo-nos para um autor determinado, obter a fusão, em cada programa, desses três objectivos da televisão:

“A minha ideia sobre este tema vem das ideias de John Hartley, do seu livro ‘Uses of Television’. Porque é que um programa que é de formação não é de entretenimento também? Eu quando vejo um programa estou a pensar se ele é de informação, formação ou de entretenimento? Eu quando estou a ver uma telenovela não estou a aprender nada? Eu quando estou a ver as notícias não estou a ver puro entretenimento?

Em vez de pensarmos em termos de informação, formação ou entretenimento, devemos pensar que um programa pode ser as três coisas. Quem decide é o receptor. Os programas podem ter uma vertente principal dessas três possibilidades, mas não têm que não ter as outras. Como é que se separa? Eu defendo uma informação que não seja aborrecida, por exemplo. Pode-se informar correctamente, com os princípios éticos, deontológicos e técnicos do jornalismo, estando ao mesmo tempo a entreter e a dar um conjunto de informações que são de formação.

A ideia de separar o conceito de um programa dessa forma já não está muito de acordo com a era pós-moderna em que nós vivemos. As coisas são um pouco mais instáveis, a benefício do produto final e do espectador.”

Tal qual fizemos aos responsáveis pela programação de cada um dos canais generalistas portugueses, perguntando-lhes por uma caracterização geral do respectivo canal, quisemos saber a opinião de Eduardo Cintra Torres sobre cada um dos canais. Não é uma visão obtida a partir de ‘dentro’, tal qual foi no capítulo anterior deste trabalho, mas é uma visão de ‘fora’ muito atenta. Em relação à RTP1, foi muito crítico em relação à relação do canal com o Governo e da problemática deste principal canal da RTP ser ou não serviço público:

“A primeira caracterização desses quatro canais é que dois deles pertencem-nos e os outros dois pertencem aos accionistas. A RTP1 é um canal de perfil comercial e que mascara a sua condição comercial e por vezes populista, com uma repetição incessante de que se trata de serviço público. Enquanto que os outros não têm que dizer que são privados a RTP tem que estar sempre a dizer que é serviço público para nós acreditarmos. Diz-se uma mentira muitas vezes até que ela pareça uma verdade. De facto a RTP1 não é um canal de serviço público em termos de programação.

A avaliação de que é serviço público vê-se não pelos títulos dos programas, não pelas declarações de intenções, mas pelos próprios programas... E eu verifico que o principal objectivo da programação da RTP1 é manter um determinado patamar de audiência para o ‘Telejornal’. Porquê? Porque o ‘Telejornal’ é a janela das posições do Governo para a sociedade.

Hoje em dia há concorrência, há outros canais, e o Governo, seja este ou outro qualquer, precisa de assegurar a passagem de um determinado ponto de vista sobre a realidade que é o ponto de vista do Governo. E eu julgo que a informação da RTP faz esse papel, embora o negue a toda a hora. Para mim é isto: o ‘Telejornal’, mesmo que tenha uma margem de independência, há sempre um certo controle, um certo alinhamento e um ‘agenda-setting’ na forma de apresentar as notícias, que é aquele que interessa ao Governo.

Para esse programa, que é o programa fulcral da RTP1, ter audiência, precisa o canal de ter uma programação populista, que é garantida neste momento pelo ‘Preço Certo’, principalmente, e também pelas telenovelas e talk-shows que há nesse canal. É evidente que há alguns programas que são serviço público. Mas são programas que podia haver noutros canais, privados. As reportagens que a RTP1 tem, a SIC também tem, a TVI tem às vezes... O programa que está a passar agora que é o ‘Salvador’, de serviço público, que mostra pessoas diferentes, tetraplégicas, etc, a conseguirem ultrapassar as dificuldades... Nos outros canais também existem, se não aquele

programa específico, ‘n’ reportagens, ‘n’ situações...no Manuel Luís Goucha, na Fátima Lopes, que mostram também pessoas com diferentes dificuldades e que têm também o mesmo sentido positivo... Portanto, onde é que está o serviço público na RTP1? No ‘Prós e Contras’? É verdade que nos outros três canais não há esse tipo de programa de debate, mas o ‘Prós e Contras’ é a seguir ao ‘Telejornal’ o segundo instrumento de informação do Governo. O programa discute o que o Governo quer discutir naquela semana, e discute de uma maneira que o Governo quer... A presença do Governo foi esmagadora durante as emissões de 2008... Para mim isso não é serviço público. Serviço público não é servir o Governo. Serviço público é servir os governados.

Quanto a esses dois programas estamos conversados. O que é que há mais? Ficção nacional? Há mais ficção nacional na TVI do que na RTP1. Não ter telenovelas? Não é verdade. Houve uma altura em que eu fiz as contas e havia mais horas de telenovela na RTP1 do que na TVI. O ‘Jornal da Tarde’ é a mesma coisa ou ainda pior em termos de orientação favorável ao Governo...”

Quanto ao segundo canal da RTP, Eduardo Cintra Torres falou-nos das séries e deu alguns exemplos, mesmo assim, do ‘pouco’ serviço público que por lá encontra:

“Quanto à RTP2, é um pouco mais complexo. A RTP2, em princípio, havendo a RTP1 a fazer um serviço comercial, com programas populistas como o ‘Preço Certo’ ou o ‘Tele-Rural’, seria de esperar que a RTP2 fosse aquele canal da experimentação, o canal dos debates, da cultura erudita... mas não é bem. Ou não é. Por exemplo, os documentaristas quebraram uma relação de anos com a RTP2 este ano. E disseram que é impossível dialogar com eles. A RTP2 é um falso canal alternativo à RTP1. Tem alguns programas que cumprem o carácter de serviço público, como por exemplo o programa de entrevistas à tarde [Sociedade Civil], alguns documentários, curtas-metragens, um programa de minorias que é o ‘Nós’, e pouco mais...”

Depois a RTP2 tem uma série de programas que não se distinguem dos que passam nos outros canais generalistas mais abrangentes. As séries da ‘2’? São séries privadas americanas. Por que razão vamos lhes chamar séries culturais? Acho que são séries boas, como ‘Os Sopranos’, com boa realização, bom argumento, boa interpretação, mas não se distinguem das dos outros canais. Aquilo passa em canais comerciais da América, passa em canais comerciais de outros países, passa em canais comerciais em Portugal como o AXN ou no FOX. Portanto não há aí distinção.”

Passando para a estação de Carnaxide, a SIC, falou sobre a informação e o cinema, passando pelo lugar do canal na guerra das audiências. Aqui foi menos crítico, exactamente por, segundo o próprio, se tratar de uma estação comercial, como a TVI, e portanto não ter o mesmo grau de responsabilização em relação a um hipotético serviço público:

“A SIC teve uma situação muito complicada por ter passado de número um para número dois ou três. Mas é preciso ver, e eu já escrevi sobre isso, que se calhar a SIC quando faz programas não os faz para ultrapassar a TVI. Faz programas para ter rentabilidade, sendo que os seus números neste terceiro trimestre [2009] ultrapassaram tudo o que se estava à espera. Portanto, a SIC estando em segundo ou terceiro nas audiências, cumpriu na mesma os seus objectivos, que é dar lucro.

È preciso ver como é que a programação se articula com o lado industrial. Sendo isto uma indústria cultural é preciso ver o que há de cultural, ou seja, de atracção, de telenovela, de notícias, etc, mas vendo o que isso tem de indústria, de lado material, e como é que estas duas coisas se articulam. E a SIC, neste aspecto, se calhar está onde quer estar... Deu lucro... Toda a gente gosta de estar no número um, mas entre estar em número um e dar prejuízo e não estar e dar lucros, o que é que os accionistas preferem...?

A informação da SIC está um pouco errática, embora tenha as melhores reportagens, e tem dificuldade nas suas telenovelas. Não porque sejam más ou piores dos que as da TVI, mas porque o público tem uma certa fidelidade a um canal e, pelos vistos é mais fiel às telenovelas da TVI. O facto da TVI ter uma indústria de telenovelas portuguesas colocou a SIC numa posição muito difícil em relação à Globo. As telenovelas da Globo são muito boas, são certamente superiores às da TVI, só que são brasileiras e estas são portuguesas. A SIC não pode prescindir delas, não as pode por às quatro da manhã, são caras, mas como não é o canal das telenovelas portuguesas quando faz uma tem dificuldade em garantir audiência e respectiva publicidade.

A SIC também tem uma característica importante que é a de sempre ter tido uma programação de cinema que é mais do agrado dos espectadores do que a dos outros canais, o que faz com que ao sábado e ao domingo consiga até ter mais audiência que a TVI.”

Finalmente, e em relação à líder de audiências TVI, o crítico de televisão Eduardo Cintra Torres até chegou a elogiar a inevitável ficção nacional, apesar de reconhecer pouca variedade nesse domínio:

“A TVI é o canal mais visto, depois de arranjar uma estratégia de programação em duas fases, desde 2000. A primeira mais populista e a segunda de estabilização e cessação do próprio populismo, fazendo-o desaparecer quer dos noticiários quer dos próprios programas. O programa do género que foi apresentado por João Kléber, com pessoas a andar à luta, acho que já não existem. Esse tipo de programas desapareceu, porque o canal ganhou uma legitimidade em que esses programas já não cumpriam os objectivos. O objectivo desses programas era chamar à atenção e ganhar um determinado tipo de audiência. Essas audiências, ficando no canal, acabam por apreciar mais aquilo que é mais legítimo, no canal mais visto, do que esse tipo de programas. É mais legítimo as telenovelas, os programas de ‘canta, dança e pula’, com criancinhas a cantar...

A programação da TVI é muito baseada nos talk-shows, que são bem feitos, e nas telenovelas – a juvenil como a ‘Morangos com Açúcar’ e as outras. Há aqui uma situação paradoxal, em que a TVI quer sair das telenovelas e não consegue, porque as pessoas vêm mais quando há telenovela do que quando não há, excepto quando é o programa de ‘canta, dança e pula’. É um canal que apresenta pouca variedade em termos de ficção, mas faz uma ficção que melhorou muito em termos de capacidade industrial e cultural. Não cultura alta, mas está mais bem escrito, melhor realizado, melhor interpretado, do que há oito, dez anos atrás.”

Quanto a especular sobre se variações na programação a curto ou médio prazo serão previsíveis, ECT não conseguiu e não consegue, por opção própria e por realismo, fazer futurologia, tendo dado no entanto algumas pistas recorrendo, mais uma vez, à presente realidade dos canais:

“Tenho muita dificuldade em especular. Eu pessoalmente, raramente faço especulações ou previsões sobre as tendências do futuro, mesmo nos meus artigos. O que eu posso dizer é o que é que há, e isso pode dar-lhe sinais sobre tendências. O que há, de facto, é uma semelhança entre três canais – RTP1, SIC e TVI. Não havendo alterações, porque as estações comerciais são comerciais e a RTP1 porque o Governo é o mesmo, não havendo mudança de política quanto ao serviço público, eu diria que o futuro é igual ao presente. São três canais muito semelhantes, com uma programação delineada de acordo com interesses comerciais: manter uma elevada audiência para os anunciantes, uma audiência dos 18 aos 54 anos, da classe A, B e C1, às vezes C2.

Quanto à RTP2, não sei se vai mudar alguma coisa. Pretende ser parecida com a RTP1, que tem os mesmos tele-documentários e reportagens da National Geographic e do Discovery Channel, que são tremendamente viradas para o entretenimento e menos para a formação. É isso que está em horário nobre, às oito da noite... Tem um programa horrível de debate cultural que é um festival de egocentrismo da sua apresentadora, que é subdirectora do canal. Portanto não vejo nenhum caminho de alteração.

O que nós podemos já ver, em geral, é que estes quatro canais têm cada vez menos espectadores. Ontem mesmo [27 de Outubro de 2009], os canais alternativos, por cabo, tiveram mais audiência que a SIC, que teve menos de 20% de share. Há então esta tendência de aumento da audiência dos canais por cabo e diminuição dos canais generalistas. O que é que isto significa? Significa que há menos dinheiro para os canais generalistas, mas o dinheiro que há para a televisão por cabo ainda não é suficiente para levar à produção de programas com mais poder, excepto talvez a SPORT-TV, que à medida que tem mais assinantes, pode comprar mais jogos, ter melhores comentadores, etc. Ainda não há massa crítica nos canais por cabo para uma programação mais ousada, como há na América. Lá há um canal por cabo que é a HBO que faz ‘Os Sopranos’, que é uma série caríssima

e que é provavelmente a melhor série de todos os tempos, em termos de qualidade. Quando é que as audiências da TV generalista e as do cabo vão se tocar? Não sabemos. Sabemos que noutros países já se tocaram. Nos Estados Unidos os canais por cabo já são os que têm mais share.”

ECT sublinhou depois a pouca queda para o risco nos quatro canais generalistas portugueses, o que se entenderá ainda por mais em tempo de crise económica que vivemos, e chamou-nos também a atenção, e com isso finalizou, para as novas plataformas onde podemos ter acesso aos conteúdos televisivos, que de certa forma desvirtuam a concepção de canal de televisão:

“Em termos de televisão generalista o que se vê é uma diminuição de receitas, o que implica um receio nas propostas de programas. Não vão fazer um programa que custe muito dinheiro, que nunca foi testado em lado nenhum. Portanto a tendência é uma igualização do tipo de programas, não só entre os canais mas entre os programas do mesmo canal. Faço hoje o que fiz ontem. Veja a RTP1: é o concurso do Malato, seguido do concurso do Malato... Como dizia alguém, é preciso que alguma coisa mude para que fique tudo na mesma. Eles fazendo o concurso do Malato sabem que esse programa já foi feito nos Estados Unidos, em Inglaterra, em França, na Rússia, no Japão, na Austrália, na Eslovénia, na Eslováquia, e já sabem que em todos eles houve um certo tipo de audiência: o mínimo foi x e o máximo y. Há assim um certo empobrecimento da programação dos canais entre eles e dentro de cada canal. Tendem a repetir, a reciclar os êxitos. Como o Big Brother, o Big Brother Famosos, a Quinta das Celebidades...”

Há uma outra tendência, que não sabemos onde nos vai levar, que é a das novas plataformas e o multimédia. O que é que hoje um canal de televisão? Por exemplo o ‘Gato Fedorento: Esmiuça os Sufrágios’: você vê o programa onde quiser, no telemóvel, no computador, na Internet, no site da SIC, no youtube, daqui a dois meses está a comprar o DVD na Fnac ou noutra loja qualquer... Passou na SIC. Se calhar vai passar na SIC Radical. Vão repetir. Ou até na SIC Notícias. Nos noticiários passavam a vida a noticiá-los. Acho que a tendência será para que os conteúdos sejam reproduzidos em vários media e uma interação cada vez maior entre o site do Expresso com a SIC, do site da Visão com o do Expresso, do site da Visão com a SIC, e da SIC com a SIC Online... Uma integração cada vez maior dos vários media, cada um com as suas especificidades mas que depois reciclam conteúdos que já estão pagos.”

Conclusão

Era objectivo deste trabalho mostrar a panorâmica possível da programação que se faz nos quatro canais generalistas portugueses emitidos em sinal aberto. Foi conseguido, pensamos nós. É indiscutível que muitos autores pensam ainda que, muitas décadas depois do início da televisão no mundo, este meio instalado em (quase) todas as casas não conseguirá atingir o papel de educador de quem vê televisão, continuando o papel dos pais e da escola a ser intocável. Mas não podemos menosprezar o papel de entretenimento das horas livres que a “janela para o mundo” tem implantada, contribuindo para a informação e a consolidação do sentimento de pertença de todos os cidadãos.

Apesar dos quatro canais objectos de estudo deste trabalho continuarem a ser os preferidos dos portugueses, cada vez mais temos que pensar na força dos canais por cabo, que para além de permitirem acelerar o exercício de ‘zapping’ frente ao pequeno ecrã, conseguem ir ao encontro de necessidades/vontades específicas na fruição deste meio de comunicação social. Apesar deles, é a TVI, agora já não através da mão de José Eduardo Moniz mas ainda fruto do trabalho dele, que continua a ser a rainha das audiências televisivas em Portugal até ao fecho da execução deste trabalho; isto acontece muito com a ajuda da ficção nacional que preenche quase na íntegra o prime-time da estação de Queluz de Baixo, e que continua a ser a grande aposta do canal, conforme nos confirmou Paulo Soares, um dos responsáveis pela programação de um dos dois canais que surgiram na década de 90 do século passado, alterando na altura por completo o cenário português de acesso a conteúdos televisivos...e o das receitas de publicidade dos canais.

A hegemonia e monopólio da RTP acabou aí. Segundo Umberto Eco foi o início da neotelevisão. E tendo em vista a opinião presente de Eduardo Cintra Torres e outros sobre a função de serviço público, talvez tenha sido a entrada da SIC e da TVI em jogo que tenha fragilizado, ou pelo menos tenha colocado mais exigência, ao que os canais públicos de televisão têm o direito de apresentar aos telespectadores, conforme apresentámos neste trabalho. Mas também como vimos, não só a RTP1 e a RTP2 estão sujeitos a directrizes de comportamento: a lei da televisão obriga legalmente também as

estações privadas a respeitarem determinadas regras, nomeadamente de defesa da língua portuguesa e do trabalho de europeus na grelha de programação.

A grelha de programação, ou simplesmente a programação, que segundo todos os autores visitados anteriormente, constitui algo mais do que a simples soma de todos os programas, falando uma linguagem própria, é muito semelhante nos “três grandes” da televisão portuguesa – RTP1, SIC e TVI -, aparecendo diferente na RTP2. Ou seja, as estratégias que estão ao dispor dos programadores, que como vimos devem ser atentos à sociedade e gostar de ver televisão, pelo menos, devem estar a ser as mesmas nos três canais, que têm utilizado a mesma tipologia de programas para os mesmos horários.

Se a RTP1 diz que quer ser um canal familiar, não agressivo, a RTP2 uma alternativa não elitista credível amiga dos mais novos também, a SIC virada para o entretenimento e a TVI para a ficção, só temos que aceitar até porque ouvimos neste trabalho a voz de quem faz a programação desses canais. Em relação ao futuro é que é mais difícil falar. Será que a programação tenderá a modificar-se significativamente? Ninguém conseguiu especular com certeza nesse ponto. Mas uma coisa ficou certa. Os canais por cabo terão uma palavra a dizer e as novas plataformas irão desestabilizar a televisão conforme a vemos tradicionalmente. Nós, os apaixonados por televisão, queremos certamente assistir aos próximos capítulos...

Queremos saber se são as mulheres, os idosos, o Interior e as classes C e D quem mais televisão continuará a ver. E há, obviamente, a expectativa de saber que tipo de fama e sucesso irá o fenómeno televisão (continuar a) ganhar daqui para a frente, sabendo nós que o telemóvel e a Internet, por exemplo, começam a lutar pela luta de se ser o meio dominante.

Bibliografia

- Berger, R. (1979). *A tele-fissão: alerta à televisão*. São Paulo. Edições Loyola.
- Borga, C. (2008). A terceira Era da Televisão. [Em linha]. Disponível em <https://repositorio-iul.iscte.pt>. [Consultado em 09/11/2009].
- Borges, G. (2008). Discursos de qualidade: a programação da ‘A 2’ Portuguesa. In: Borges, G. e Baptista, V. R. *Discursos e práticas de Qualidade na Televisão*. Livros Horizonte.
- Borges, G. (2008). Parâmetros de qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: uma proposta teórico-metodológica. [Em Linha]. Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br>. [Consultado em 20/11/09].
- Cádima, F.R. (2006). *A televisão light rumo ao digital*. Lisboa. Coleção Media XXI.
- Cádima, F.R. (2002). Televisão, serviço público e qualidade. [Em linha]. Disponível em <http://www2.fcsh.unl.pt/cadeiras/httvtv/> [Consultado em 09/12/09].
- Carvalho, A.A. (2009). *A RTP e o serviço público de televisão*. Coimbra. Edições Almedina.
- Coelho, P. (2005). *A TV de Proximidade e os novos desafios do espaço público*. Lisboa. Livros Horizonte.
- Cortés, J. Á. (1999). *La estrategia de la seducción – La programación en la neotelevisión*. Navarra. Ediciones Universidad de Navarra, S.A. (EUNSA).
- Costa, H. S. (2003). *Policy making in the Portuguese television and its effects on programming*. (Tese de doutoramento enviada por e-mail).
- Davim, M. (2009). O ano da TV paga. [Em linha]. Disponível em www.marktest.com/wap/clip.aspx?id=93ce [Consultado em 02/01/2010].
- Duarte, L.G. (1996). *É pagar para ver*. São Paulo. Summus Editorial.
- Eco, U. (1983). TV: La transparencia perdida. [Em linha]. Disponível em <http://www.esnips.com/doc/6a2f8876-c5aa-470e-9b2f-409bbb106dbc/Eco-Umberto---Tv,-La-Transparencia-Perdida>. [Consultado em 21/06/2009].
- Fidalgo, J. (2005). De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão?. In: Pinto, M. *Televisão e Cidadania*. Porto. Campo das Letras. pp.23-40.
- Freixo, M. J. V. (2002). *A televisão e a Instituição escolar*. Lisboa. Instituto Piaget.
- Grilo, E.M. (2006). Televisão: Educação ou Deseducação. In: Abrantes, J.C. *Ecrãs em Mudança*. Livros Horizonte.
- Gunter, B. e McAleer, J. (1990). *Children and Television*. London. Routledge.

- Herreros, M.C. (1998). *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid. Editorial Síntesis.
- Kellison, C. (2007). *Produção e Direcção para TV e Vídeo*. Campus/Elsevier.
- Lei da Televisão. [Em linha]. Disponível em <http://www.erc.pt>. [Consultado em 13/10/2009]
- Lopes, F. (2008). *A TV do real – A televisão e o espaço público*. Coimbra. MinervaCoimbra.
- Lopes, F. (2009). Estudos televisivos: perspectivas diacrónicas. *Comunicação e Sociedade*, Revista 15, pp7-27.
- Machado, A. (2005). A televisão levada a sério. [Em linha]. Disponível em <http://books.google.pt/books?q=arlindo+machado> [Consultado em 07/12/2009]
- Morazzo, L. (1983). Televisão. In: Abreu, A. et alii. *Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura* 17. Sintra. Editorial Verbo. pp.1232-1239.
- Mourinha, J. (2009). A minha TV – 2009 (2º episódio). [Em linha]. Disponível em www.marktest.com/wap/clip.aspx?id=93b5 [Consultado em 30/12/2009].
- Mourinha, J. (2009). A minha TV – 2009 (3º episódio). [Em linha]. Disponível em www.marktest.com/wap/clip.aspx?id=93c8 [Consultado em 02/01/2010]
- Pereira, S. (2007). *A minha TV é um mundo*. Porto. Campo das Letras.
- Pereira, S., Pinto, M. e Pereira, E. (2009). *A televisão e as crianças*. Lisboa. ERC.
- Pinto, M. (2000). *A televisão no quotidiano das crianças*. Porto. Edições Afrontamento.
- Pinto, M. (2005). Pensar e projectar o serviço público com a participação do público. In: Pinto, M. *Televisão e Cidadania*. Porto. Campo das Letras. pp.41-59.
- Popper, K. e Condry, J. (1995). *Televisão: um perigo para a democracia*. Lisboa. Gradiva.
- Reis, R. (2009). Televisão e controlo remoto. [Em Linha]. Disponível em <http://www.ionline.pt/conteudo/32930-televisao-e-controlo-remoto>. [Consultado em 15/11/2009].
- Relatório de Regulação 2007. [Em linha]. Disponível em <http://www.erc.pt>. [Consultado em 10/06/2009]
- Relatório de Regulação 2008. [Em linha]. Disponível em <http://www.erc.pt>. [Consultado em 12/10/2009]
- Requena, J. G. (1999). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid. Ediciones Cátedra.

Ribeiro, L. C. (2007). *A televisão paga: dinâmicas de mercado em Portugal e na Europa*. Lisboa. Rés XXI/Formalpress.

Silverstone, R. (1994). *Television and everyday life*. New York. Routledge.

Teves, V. H. (1998). *História da Televisão em Portugal – 1955/1979*. Lisboa. TV Guia Editora.

Teves, V. H. (1987). Televisão. In: Alfaia, J. et alii. *Enciclopédia Verbo da Sociedade e do Estado 5*. Lisboa. Editorial Verbo. pp.1144-1150.

Williams, R. (1974). *Television – Technology and cultural form*. New York. Routledge.

Anexo 1 – Cronologia da entrada dos canais privados em Portugal / Tradução do Inglês – no original na tese de doutoramento de Hália Santos Costa – para o português.

Janeiro/1990

1. Reformulação da direcção da RTP para fazer face à nova realidade que estava para chegar dos canais privados.

Junho/1990

2. Revelada a informação que o Primeiro-Ministro em funções em 1982, Pinto Balsemão, prometeu um canal de televisão à Igreja Católica.

3. Reacções negativas à impossibilidade de capital estrangeiro poder representar mais de 10% de cada novo canal privado.

4. A Igreja Católica anuncia a intenção de ser candidata a uma das frequências.

Julho/1990

5. O grupo económico Sonae admite que não deveria ser candidata a uma das frequências.

6. A Igreja Católica diz que não quer privilégios mas argumenta que precisa que os media espalhem a sua palavra.

7. O Governo finalmente aprova a possibilidade de empresas privadas candidatarem-se a uma licença de televisão privada.

Setembro/1990

8. Balsemão apresentou o seu projecto para uma televisão privada, baseada em notícias e telenovelas.

9. Os diferentes candidatos apresentaram dúvidas sobre as regras do concurso.

Outubro/1990

10. A RTP foi formalmente dividida em dois canais.

Novembro/1990

11. As datas possíveis para os candidatos apresentarem as suas propostas foram indicadas. 3 grupos continuavam interessados (Pinto Balsemão; Igreja Católica com

Magalhães Crespo; Proença de Carvalho com Carlos Barbosa). 2 tinham desistido (Telecine; o grupo económico que detém o ‘Jornal de Notícias’).¹ (Sonae com Belmiro de Azevedo) ainda estava a decidir.

Dezembro/1990

12. Os critérios que seriam usados para escolher quem ficaria com as frequências ainda não eram claros.

13. Os candidatos mais fortes às frequências disseram que os preços que as empresas privadas teriam que pagar pelas ondas de TV eram muito altos.

Janeiro/1991

14. Sonae cria uma empresa chamada “TV Nova”.

15. Balsemão e Carlos Barbosa são apresentados como os candidatos mais fortes e dizem que a Igreja Católica enfrentava dificuldades.

16. Balsemão planeava um canal de televisão “inteligente e popular” que iria ser rentável em cinco anos.

Fevereiro/1991

17. Fontes governamentais acreditavam que um quarto canal nunca iria existir.

18. Balsemão começa a negociar com possíveis parceiros para o seu canal – SIC – para o caso de ele ganhar uma frequência.

19. A Igreja Católica anuncia o nome do seu canal, caso vença a frequência: TVI.

20. A Igreja Católica apresentou o seu projecto.

Março/1991

21. A organização de Católicos de Roma sublinhou a importância da Igreja Católica portuguesa ter um canal de televisão, dado não existir nenhum do género na Europa.

22. Uma semana antes do prazo de entrega dos projectos, 3 candidatos oficiais eram conhecidos: TVI (Igreja Católica e ‘Rádio Renascença, a estação de rádio nacional católica), TV1 (Proença de Carvalho e Carlos Barbosa) e SIC (Pinto Balsemão).

23. TVI e SIC anunciaram que estavam a planear aumentar o montante de investimento nos seus projectos.

24. TVI e TV1 admitiram a possibilidade de combinar os dois projectos num só.

Abril/1991

25. A possível aliança da TVI e TV1 não resultou.
26. 3 candidatos apresentaram oficialmente os seus projectos: SIC, TVI e TV1.
27. As directrizes dos três projectos foram conhecidas. A TVI apresenta um canal popular com uma forte componente de produções nacionais.
28. RTP assinou um contrato com a televisão pública espanhola – TVE – para fazer face à futura competição.
29. RTP recebeu uma quantidade considerável de dinheiro do Governo. Foi compreendido como uma compensação para a competição que se adivinhava e também porque a taxa da televisão foi abolida.
30. Mesmo antes de começarem a difundir, os canais privados começaram logo uma “guerra” com o serviço público, por causa do dinheiro que estava a obter do Estado.

Maió/1991

31. O processo de decisão estava clarificado: a Alta Autoridade para a Comunicação Social iria dar a sua opinião sobre os candidatos no fim de Julho mas o Governo iria ter a decisão final.
32. O responsável pelo projecto da Igreja Católica disse que iria mudar o seu voto nas próximas eleições se a Igreja Católica não ganhasse uma frequência.
- 33.34.35. Os principais partidos políticos (Socialistas Democratas – PSD -, no Governo naquela altura, e Socialistas – PS) discutiram a privatização da televisão no Parlamento. O debate esteve centrado na interferência do Governo no canal público.
36. Balsemão tinha quase a certeza que iria ganhar uma frequência e admitiu que a decisão iria ser não apenas técnica mas também política. Ele disse que o seu projecto iria evitar violência, especialmente naquelas alturas em que as crianças estão acordadas.

Julho/1991

37. O jornal semanário “Expresso” compara os 3 diferentes projectos.
38. O Governo estava a evitar uma decisão antes das eleições legislativas.
39. A Alta Autoridade para a Comunicação Social assegurou que os atrasos na análise dos projectos não tinham nada a ver com questões políticas.

Agosto/1991

40. O jornal diário “Público” anunciou as primeiras conclusões do relatório da Alta Autoridade para a Comunicação Social, onde a SIC e a TVI eram apresentados como os possíveis vencedores. A TV1 não estava contente com estes primeiros resultados.
41. O “Expresso” diz que as primeiras conclusões da Alta Autoridade para a Comunicação Social eram um volte-face uma vez que o projecto considerado mais pobre – a TVI – estava prestes a conseguir uma das frequências de televisão.
42. Um novo documento da Alta Autoridade para a Comunicação Social diz que a TVI e a TV1 estão em condições semelhantes.
43. Uma vez que o novo documento não apresenta os candidatos numa hierarquia, o Governo é livre de fazer a sua própria escolha.

Dezembro/1991

44. A RTP passava por algumas transformações: iria ter um contrato de concessão por 15 anos; um organismo que iria analisar a programação; a quantidade de dinheiro público dada a esta estação estava definida.
45. O ministro responsável pelos media mostrou a sua preferência pela SIC e TV1, argumentando que a TVI podia ter um espaço para difundir na RTP2.

Fevereiro/1992

46. O Governo anunciou que o Primeiro-Ministro seria quem iria divulgar os resultados.
47. Os resultados foram conhecidos: SIC e TVI ganharam; TV1 perdeu. A explicação foi que o projecto da TV1 não era realista. O Governo garantiu que o resultado não foi baseado em questões políticas. O Governo escolheu a proposta “equilibrada” da SIC e a proposta “modesta” da TVI, rejeitando a proposta “destemida” da TV1.
48. O “Expresso” revelou o que se passou na reunião onde a decisão foi tomada, garantindo que o ministro não interferiu.
49. Um novo Conselho de Administração foi nomeado para a RTP e o secretário de estado responsável pelos media assegurou que a estação pública já não tinha dificuldades económicas e que o Estado estava orgulhoso da qualidade da estação.

Maio/1992

50. Os novos canais privados de televisão – SIC e TVI – questionaram sobre a quantidade de dinheiro que o Estado estava a dar ao canal público, bem como o montante de dinheiro que a RTP estava a cobrar pelos seus arquivos.

Setembro/1992

51. Foi dito que a RTP estava a receber mais e mais dinheiro por causa da competição com os canais privados. Estes só teriam uma arma: procurar bons programas e bons profissionais.

Outubro/1992

52. O secretário de estado da Cultura anunciou a sua intenção de produzir uma lei para limitar a violência e o sexo explícito na programação televisiva; uma realidade trazida pelos canais privados.

53. Os detalhes desta lei foram conhecidos, bem como as multas para quem fuja às regras.

Novembro/1992

54. O chefe do Secretariado Nacional para os mass media criticou a televisão pública, argumentando que ela não estava a seguir os outros canais de serviço público da Europa quando seguia os canais privados em termos da programação.

Dezembro/1992

55. Foi anunciada a possibilidade da RTP-Internacional ser transformada em canal pago em vez de gratuito como até então.

Fevereiro/1993

56. Um estudo sobre a televisão pública explicou que ela estava a gastar mais do que o que o Governo queria.

57. A RTP estava em crise, nomeadamente por causa do director.

58. Um novo director da RTP foi apresentado – Freitas da Cruz.

59. De acordo com o “Público”, a escolha do novo presidente foi política.

60. De acordo com o jornal semanário “Independente”, a escolha do novo presidente podia ser um sinal à possível intenção de privatizar o canal público.

61. O “Independente” diz que um inquérito à RTP provou uma gestão financeira deficiente.

62. O “Expresso” acrescenta que muitos filmes que foram comprados nunca foram difundidos.

Março/1993

63. O Governo anuncia a intenção de fazer sair a RTP da “guerra das audiências” com os canais privados, tendo uma imagem mais cultural.

64. O presidente da TVI questionou sobre o dinheiro que a RTP estava a receber das taxas, enquanto era o canal de televisão com mais porções de publicidade.

65. O Contrato de Concessão de Serviço Público estava assinado: a situação financeira da empresa iria ser inspeccionada duas vezes por ano.

66. RTP estava obrigada a ter programas alternativos e desporto no segundo canal.

Maió/1993

67. Os directores dos dois canais privados disseram ao “Diário de Notícias” que havia então mais qualidade e que os canais privados eram uma real alternativa.

Outubro/1993

68. O “Expresso” apresentou o balanço de um ano de privatização: a informação melhorou mas o sensacionalismo aumentou; mais oferta mas mais programas sem “qualidade”.

69. O “Jornal de Notícias” concluiu que, após um ano de privatização, os políticos foram mais “controlados”.

70. O Governo admitiu que os canais de televisão estavam a violar as regras sobre publicidade.

71. O “Público” refere a melhoria na informação mas também apresenta um cenário com mais “produtos de entretenimento baratos”. A RTP tinha $\frac{3}{4}$ das audiências mas a SIC já tinha ultrapassado a RTP2. Balsemão acusou a RTP de não respeitar o Contrato de Concessão que assinou.

Janeiro/1994

72. Balsemão considerou que a RTP estava a fazer “competição desleal” com os canais privados.

73. Um “opinion-maker” disse que o dinheiro da publicidade não era suficiente para os quatro canais de televisão.

Abril/1994

74. A Associação Portuguesa dos Telespectadores diz que o aspecto mais positivo da privatização da televisão são as notícias e que o aspecto mais negativo é a programação subordinada à guerra pelas audiências.

Fevereiro/1995

75. Arons de Carvalho, deputado do Partido Socialista, argumentou que a RTP não estava a fazer serviço público.

Dezembro/1995

76. Por causa da discussão sobre o papel do serviço público, um novo director de informação foi nomeado: o apresentador de notícias da RTP2.

Fevereiro/1996

77. O “Público” argumenta que o único canal que estava a respeitar a lei no que diz respeito à publicidade era a RTP2. Naquela altura, a SIC já era líder de audiências.

Março/1996

78. Outro “opinion-maker” diz que os portugueses não precisam de um serviço público que dá o que os canais privados dão.

Abril/1996

79.80. O novo secretário de estado da Comunicação Social, Arons de Carvalho, diz que a solução para a RTP não é a privatização, como alguns defendiam. Ele também lamenta a abolição da taxa de televisão, decidida pelo anterior Governo.

Fevereiro/1997

81. Embora a RTP/Porto estivesse a passar dificuldades, o seu presidente disse que esta secção da RTP não iria ser fechada.

Março/1997

82. A comemorar os 40 anos da RTP, o “Público” apresentou uma edição especial da sua magazine. O director do jornal diz que os canais privados de televisão fizeram o que a RTP nunca tinha feito: trazer as pessoas para dentro do ecrã.

Maió/1997

83. O “Expresso” apresenta a opinião de várias pessoas famosas sobre a RTP. Também diz que há mais pessoas a verem televisão mas menos horas.

Junho/1997

84. O crítico de televisão, Cintra Torres, argumenta que o Primeiro-Ministro – António Guterres – está a usar a televisão para atingir os seus objectivos.

85. O serviço público foi discutido numa conferência em Lisboa. O responsável pela RTP critica a maneira dos canais privados competirem com os públicos.

Outubro/1997

86. O “Público” publicou um artigo a fazer o balanço de 5 anos da existência da SIC.