

Maria Rodrigues de Sousa

Cultura na televisão entre confinamento e desconfinamento:

Um estudo sobre a realidade portuguesa



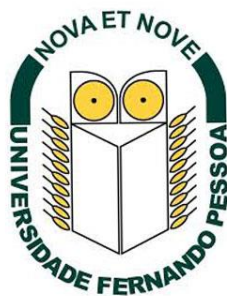
Universidade Fernando Pessoa

Porto, 2021

Maria Rodrigues de Sousa

Cultura na televisão entre confinamento e desconfinamento:

Um estudo sobre a realidade portuguesa



Universidade Fernando Pessoa

Porto, 2021

Maria Rodrigues de Sousa

Cultura na televisão entre confinamento e desconfinamento:

Um estudo sobre a realidade portuguesa

Dissertação apresentada à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação Especializado em Jornalismo, sob a orientação do Prof. Doutor Eduardo Paz Barroso

RESUMO

O trabalho que se segue representa um estudo em torno do espaço dado a programas culturais pelas televisões generalistas portuguesas, através da análise das programações dos três canais temáticos RTP2, a TVI24 e a SICN. Ao longo de todo o trabalho percorresse temáticas fundamentais para se proceder à verificação dos resultados, como cultura, jornalismo, jornalismo cultural e televisão feita em português, temáticas estas que ao longo destas páginas serão amplamente aprofundadas. O presente estudo pretende assim explorar e questionar a prática das televisões generalistas portuguesas e, se possível, tirar conclusões em torno da questão chave por detrás de todo este trabalho.

Palavras Chaves: Jornalismo Cultural, Cultura, Cultura de Massas, Televisão Portuguesa, Televisão Generalista, Programação, Programas Culturais.

ABSTRACT

The following work represents a study around the space given to cultural programs by the Portuguese generalist televisions, through the analysis of the programming of the three specialized channels RTP2, TVI24, and SICN. Throughout the work, fundamental themes are covered to verify the results, such as culture, journalism, cultural journalism, and television made in Portuguese, themes that will be widely studied throughout these pages. The present study thus intends to explore and question the practice of Portuguese generalist television stations and, if possible, draw conclusions around the key question behind all this work

Keywords: Cultural Journalism, Culture, Mass Culture, Portuguese Television, Generalist Television, Programming, Cultural Programs.

AGRADECIMENTOS

Redigir uma tese de mestrado é quase como andar de montanha russa, nunca é tudo bom nem tudo mau. É mais um processo onde o objetivo é superar e sobreviver aos obstáculos que se levantam. Quem me acompanhou ao longo desta aventura sabe que foi uma viagem sinuosa, em que por várias vezes a falta de motivação ganhou a batalha. Por várias vezes questionei-me até que ponto estaria a fazer o correto, estaria no caminho certo, mas acredito que tal como na vida não há só uma escolha certa. Também quando o assunto é o caminho académico não existe só um caminho a seguir. O triunfo é saber lidar com todas estas dúvidas e atingir os objetivos.

É aqui que começo por agradecer aos meus pais e irmã por sempre me apoiarem e me motivarem neste percurso. Obrigada por todos os dias me lembrarem que sou capaz e por me mostrarem o quão orgulhosos de mim estão. Agradeço-vos por me permitirem seguir os meus sonhos, apoiando e suportando o meu percurso académico. Sem vocês nada disto seria possível

Em seguida gostaria de agradecer ao meu namorado, porque entre todos, terá sido o que mais paciência despendeu para me apoiar física e mentalmente. Obrigada por me protegeres, por me incentivares e me mostrares que sou capaz. Obrigada por nunca duidares das minhas capacidades mesmo quando eu duidei. Sem ti não seria possível.

Agradeço ao meu orientador, professor Eduardo Paz Barroso, por toda a ajuda e compromisso que juntos assumimos. Obrigada por ter aceitado orientar-me neste percurso sinuoso e por o ter feito de forma rigorosa e tão construtiva.

Procuro também agradecer às minhas grandes amigas que me acompanham há anos neste percurso escolar e académico. Desculpem-me por se por algum motivo vos falhei neste período, mas espero que saibam que sem vocês isto não seria possível. Obrigada pelo vosso apoio e incentivo. Obrigada por estarem sempre lá para me ajudarem e por sempre se mostrarem felizes com as minhas conquistas.

Um último obrigado a todos, porque todos foram importantes.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I - O UNIVERSO CULTURAL	4
1.1.CULTURA, UMA DEFINIÇÃO PLURAL	4
1.2. A CULTURA E A MASSIFICAÇÃO.....	10
1.2.i. AS TEORIAS DA CULTURA DE MASSAS E O SURGIMENTO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS.....	16
CAPÍTULO II – JORNALISMO CULTURAL	26
2.1. INTERROGAR O JORNALISMO	26
2.2. A GÉNESE DO JORNALISMO CULTURAL.....	31
2.3. UMA TRAJETÓRIA: DA CRIAÇÃO CULTURAL AO JORNALISMO ESPECIALIZADO	34
CAPÍTULO III – RELEVÂNCIA E VALOR DA CRÍTICA	40
3.1. A CRÍTICA COMO GÉNERO JORNALÍSTICO E LITERÁRIO.....	40
3.2. A ARTE DO CRÍTICO	45
3.3. ARGUMENTAÇÃO E DISCURSO CRÍTICO	48
CAPÍTULO IV – A TELEVISÃO	51
4.1. A RTP2	52
4.2. SIC NOTÍCIAS E TVI24	55
4.3. SOBRE O PAPEL CULTURAL E SOCIAL DA TELEVISÃO NA SOCIEDADE	59

4.4. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A PROGRAMAÇÃO A PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA	62
4.5. AS TELEVISÕES GENERALISTAS	65
CAPÍTULO V – A CULTURA NA CAIXA MÁGICA.....	68
5.1. METEDOLOGIA	68
5.2. DIVERSIDADE DE PROGRAMAS CULTURAIS DA RTP2 / SICN / TVI24	71
5.3. TERÁ A CULTURA SIDO CONFINADA OU DESCONFINADA DEVIDO À PANDEMIA DO COVID1 9?	76
5.4. QUAL O VERDADEIRO ESPAÇO CEDIDO À CULTURA?.....	82
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
APÊNDICES	107

ÍNDICE DE FIGURAS E TABELAS

Figura I: -RTP2, 1º semana – 1 a 7 de março	108
Figura II: -RTP2, 2º semana – 8 a 14 de março.....	109
Figura III: RTP2, 3º semana – 15 a 21 de março	110
Figura IV: RTP2, 4º semana – 22 a 28 de março.....	111
Figura V: RTP2, 5º semana – 29 a 30 de março	112
Figura VI: SICN, 1º semana – 1 a 7 de março	113
Figura VII: SICN, 2º semana – 8 a 14 de março.....	114
Figura VIII: SICN, 3º semana – 15 a 21 de março.....	115
Figura IX: SICN, 4º semana – 22 a 28 de março	116
Figura X: SICN, 5º semana – 29 a 30 de março	117
Figura XI: TVI24, 1º semana – 1 a 7 de março	118
Figura XII: TVI24, 2º semana – 8 a 14 de março	119
Figura XIII: TVI24, 3º semana – 15 a 21 de março	120
Figura XIV: TVI24, 4º semana – 22 a 28 de março	121
Figura XV: TVI24, 5º semana – 29 a 30 de março	122
Tabela 1: Total mensal de programas culturais vs não culturais	123
Tabela 2: Contabilização dos formatos culturais que cada canal apresenta	124
Tabela 3: Total de programas culturais por semana	125
Tabela 4: Contabilização dos programas culturais por semana e fim de semana	125

LISTA DE ABREVIATURAS

I.C – indústrias culturais

RTP- Rádio e Televisão de Portugal

RTP2- Rádio e Televisão de Portugal 2

SIC- Sociedade Independente da Comunicação

SICN- Sociedade Independente da Comunicação Notícias

TVI- Televisão Independente

TVI24- Televisão Independente 24

INTRODUÇÃO

Afinal, que espaço é realmente dado aos programas culturais pelas televisões que se denominam como generalistas em Portugal? Esta foi a verdadeira pergunta que esteve na origem da iniciativa para redigir este trabalho. Contudo, de forma a facilitar a tomada de conclusões é necessário subdividi-la em várias outras questões, mais pequenas e mais concisas. Assim sendo, questões como, o que é a cultura? De que modo a cultura de massas influenciou a nossa forma de consumir cultura? O que é jornalismo cultural? Qual o papel do jornalismo cultural nas sociedades atuais? Qual a história das televisões generalistas portuguesas? O que é um canal generalista? Como são feitas as programações televisivas? são tudo perguntas que serviram de fio condutor para o desenrolar do projeto.

Numa primeira fase este estudo opta por analisar o conceito de cultura e tudo o que ele envolve. Inicialmente começa-se estudar as várias e possíveis definições daquele que se apresenta como um dos conceitos mais complicados e complexos de se definir. Afinal o que é a cultura? Haverá realmente uma definição simples e global para este termo? Arrisco-me já a dissipar ilusões para explicar que não existe uma só definição, desde logo porque o conceito cultura é mutável e capaz de se ajustar às necessidades da sociedade vigente. Depois de explorarmos as diversas possibilidades de definição cultural é importante compreendermos e estudarmos um pouco do processo de massificação da cultura, processo este responsável pelo que vivenciamos atualmente, cultura disponível para todos, um abandono total das culturas elitistas. Contudo, neste patamar torna-se também importante entender até que ponto este conceito da cultura de massas ainda faz

sentido nos tempos atuais. Apesar disso, é de ressaltar que quando falamos do fenômeno da cultura de massas é impossível não explorarmos as teorias por de trás do mesmo, ressaltando os estudos levados a cabo por Escolas como a de Frankfurt, a de Birmingham, ou a tradição liberal norte-americana. É entre estes estudos e a cultura de massas que tiramos algumas conclusões e exploramos mais aprofundadamente o papel das indústrias culturais, bem como o atual modo de consumo da cultura enquanto arte por parte das sociedades contemporâneas.

Um segundo patamar emerge e traz consigo a necessidade de se explorar o conceito de jornalismo cultural, que insere em si próprio o conceito de cultura. Numa primeira fase é fundamental que ocorra uma divisão do conceito para compreendermos e tentarmos definir o que é jornalismo. Não tão difícil de esclarecer como o de cultura, o conceito de jornalismo levanta, atualmente, algumas questões na hora de se estabelecer, desde logo por todos os desafios que esta área da comunicação enfrenta. Após uma contextualização de jornalismo podemos imergir na gênese do jornalismo cultural. Mais uma vez, e seguindo o exemplo dos dois conceitos anteriores, que se unem para criar este, também o jornalismo cultural não se apresenta como um conceito consensual. Esta contextualização histórica tem como função permitir-nos compreender melhor qual é o papel do jornalismo cultural nas sociedades. Para que serve o jornalismo cultural? Qual o seu papel nas sociedades contemporâneas? O que é o jornalismo especializado? São algumas questões que nos permitiram avançar para uma nova etapa de análise.

Numa terceira instância, e após toda a avaliação em torno da cultura e do jornalismo cultural, surge a necessidade de se explorar uma das grandes ferramentas de trabalho desta área da comunicação, a crítica. A crítica apresenta-se como a *arma* do jornalismo cultural, o texto que permite ao crítico desempenhar o seu papel de mediador entre o objeto cultural em análise e o público, o consumidor da mensagem. É nesta nova fase que vamos procurar compreender as funções e restrições que esta ferramenta apresenta. Para além disso, também é aqui que se estuda a função do crítico, qual o seu papel na produção da mensagem, bem como qual é o papel da argumentação na produção do seu texto.

Antes de avançarmos para a análise dos resultados por de trás do estudo realizado neste trabalho é também importante dedicarmos algumas páginas à história da televisão, nomeadamente da televisão feita em português de Portugal. É aqui que procuramos entender o papel da televisão no dia a dia das audiências, bem como, qual o papel que esta desempenhou ao longo dos seus anos de existência. Em Portugal a televisão já conta com algumas décadas, tendo a sua génese a 1956 com o surgimento do primeiro canal televisivo, a Rádio Televisão de Portugal (RTP). Porém, nesta fase é importante explorarmos um pouco da história televisiva portuguesa dos três canais especializados que se seguem, RTP2, TVI24 e SIC Notícias (SICN). Apesar de toda a contextualização histórica do canal público e canais privados portugueses, é fulcral para a análise que se segue explorarmos assuntos como o papel cultural da televisão nas sociedades, a programação televisiva, bem como a definição de televisões generalistas.

Em fase de término, mas de igual importância, apresenta-se o estudo que deu origem a este trabalho, afinal qual é o verdadeiro espaço dado a programas culturais pelas televisões generalistas. Embora por falta de meios os telejornais sejam descartados destas avaliações, toda a restante programação dos três canais especializados, RPT2, SICN e TVI24 estiveram sob análise. A recolha da programação teve a duração de um mês, durante a qual foi possível compreender as fortes diferenças na hora de programar os conteúdos que as audiências terão direito a consumir. Mesmo antes de qualquer análise e apresentação de resultados é possível verificar que as diferenças entre os três canais são predominantes, havendo entre eles aquele que mais valor dá a programas desportivos em detrimento dos culturais. Por outro lado, temos também o contrário, aquele que apresenta uma programação composta quase 90% por programas culturais, representando o desconfinamento cultural. É a partir destes resultados que surgem algumas conclusões em torno da principal questão que deu origem a este projeto, bem como, em relação a questões como até que ponto existem televisões generalista em Portugal? Questões que a meu ver se apresentam como fulcrais nos tempos que correm tendo em conta todo o novo panorama televisivo e jornalístico em que vivemos. Estarão as ditas televisões generalistas portuguesas a desempenhar corretamente as suas missões?

CAPÍTULO I - O UNIVERSO CULTURAL

Falar de jornalismo cultural implica analisar o universo cultural. Para tal impõem-se formular uma tentativa de definição do termo “cultura”. Tentativa porquê? Porque se existe um conceito complexo de definir é o de cultura, num certo sentido *tudo é cultura*. Há que considerar as suas duas dimensões, a antropológica e a epistemológica, como veremos adiante. E depois nunca nos podemos esquecer que a cultura é um processo dinâmico.

1.1. CULTURA, UMA DEFINIÇÃO PLURAL

Para entendermos o que é o jornalismo cultural, para que é que este serve, temos que mergulhar um pouco mais fundo neste tipo de discurso informativo, e procurar no cerne da questão. O que é a cultura? Antes de mais é esta a pergunta que se levanta. Como se sabe o que é cultura?

Tentar definir cultura é uma missão complicada, diria quase, em alusão ao famoso filme de Brian De Palma, uma “Missão Impossível” se procurarmos por uma definição concisa, breve e direta. Porquê? Desde logo porque esta se encontra ligada a diferentes contextos e apropriações da própria palavra. Como explica Robert (2018, p.3), definir cultura pode ser “um caminho tortuoso e com múltiplas saídas”, ou seja, e de uma forma simplificada, o que o autor nos diz é que definir cultura é difícil e confuso. Não é por acaso que existem várias definições e que muitas destas ainda se encontram em evolução atualmente. A

definição de cultura é metamórfica, vai-se adaptando, evoluindo com o passar do tempo, com a “evolução”, ou não, das sociedades. É necessário compreender que o conceito “cultura” é polissémico.

Olhemos para a palavra em si, sozinha, isolada. Na realidade nem isso podemos fazer para tentar defini-la, desde logo por cultura é um conceito que se encontra sempre ligado a outros conceitos. Dora Santos Silva (2012) no trabalho *Cultura & Jornalismo Cultural – Tendências e Desafios no Contexto das Indústrias Culturais e Criativas*, fomenta esta ideia mencionando a dificuldade que Kroeber e Kluckhohn (1952) apresentaram quando identificaram mais de 150 definições possíveis para a palavra “cultura”, tudo isto exclusivamente através da obra “*Culture: a critical review of concepts and definitions*”. Vale a pena destacar, que a autora vai mais longe e explica que mesmo este número de definições varia entre os estudiosos, pois há quem tenha encontrado 162 possíveis definições. Tudo isto num só livro! Estas definições traçam assim as evoluções do conceito,

“desde a sua raiz alemã e as tensões com a noção de «civilização» até à perspetiva antropológica agrupando estas definições em 6 grupos: «descritivas», «históricas», «normativas», «psicológicas», «estruturais» e «genéticas». Este é apenas um exemplo da dificuldade em definir uma palavra aparentemente (só mesmo à primeira vista) tão simples”, (Silva, 2012, p. 22).

Com o intuito de tentarmos compreender o que é cultura seria deveras importante começarmos por procurar a definição nos dicionários. É sempre um ponto de partida a ter-se em conta. Desde logo, e antes de avançarmos neste projeto, quero deixar claro que não irei propor uma definição para cultura, mas antes uma análise sobre as várias visões que diferentes estudiosos apresentam sobre o tema. Recorrendo ao dicionário da *Porto Editora* vejamos o que este nos apresenta como definição da palavra “cultura” sozinha: “Palavra feminina com significados variados podendo abranger cultura ligada à agricultura, às artes, aos hábitos e crenças do ser humano.” Registam-se adiante alguns exemplos:

- *desenvolvimento de certas faculdades através da aquisição de conhecimentos; educação*

- *conjunto dos conhecimentos adquiridos que contribuem para a formação do indivíduo enquanto ser social; saber*
- *conjunto de costumes, de instituições e de obras que constituem a herança de uma comunidade ou grupo de comunidades*
- *sistema complexo de códigos e padrões partilhados por uma sociedade ou um grupo social e que se manifesta nas normas, crenças, valores, criações e instituições que fazem parte da vida individual e coletiva dessa sociedade ou grupo*

A palavra “cultura” nasce na gênese das sociedades. Laraia, (2009, p.21) ressalva que o surgimento desta palavra deve-se a Edward Tylor, o responsável por sintetizar o termo germânico “Kultur”, que se refere aos aspetos espirituais de uma sociedade, com o vocábulo francês “civilization”, ligado às realizações materiais de um povo, surgindo assim o termo inglês “Culture”.

O surgimento do conceito “cultura” apresenta uma forte influência francesa. Bauman (2011, p.48) supõe que o conceito surgiu da iniciativa dos reis, sendo que na França o termo francês “culture” emergiu como “um nome coletivo para os esforços do governo no sentido de promover o aprendizado, suavizar e melhorar as maneiras, refinar o gosto artístico e despertar necessidades espirituais que o público até então não possuía, ou não tinha consciência de possuir”. Contudo, o conceito foi sofrendo alterações ao longo do tempo. Inicialmente a “cultura” francesa apresentava-se, segundo o autor, um tanto ó quanto messiânica, tendo como principal função questões como esclarecer, abrir os olhos, converter, refinar e aperfeiçoar. Mais tarde, com a abolição da monarquia francesa, o novo governo revolucionário tomou como missão a reconstrução de uma nova sociedade, a criação de um “novo homem”. O conceito “cultura” alterou-se portanto para “um apelo à ação e um grito de guerra”, (Bauman, 2011, p.28).

Os anos foram avançando e foi a 3 de fevereiro de 1959, sob a Presidência de Charles de Gaulle, que se estabeleceu um Ministério da Cultura. A França começou a ver a cultura de outra forma. Foi a partir deste momento que a cultura passou a ser um meio que

conferiria prestígio e glória em âmbito mundial, recuperando aquilo que outrora tinham perdido durante a II Grande Guerra. Bauman recorre a Chabot (2009) e explica que os governos franceses foram responsáveis por ao longo dos anos moldarem a arte. Como Bauman (2011) salienta "durante o século XIX, ele se preocupava sobretudo com o direito das nações à autodeterminação; no período do entreguerras, com a defesa das ainda frágeis inseguras democracias; e, no final do século XX, com a promoção do multiculturalismo", (Bauman, 2011, p.67). A cultura passou assim a ser vista como arte e criação artística, sendo que a democracia política passou a ser complementada pela democratização da arte.

Já na Antiguidade Clássica, como Isabel Ferin (2002, p. 34) explica na sua obra, a cultura "designa a ação que o homem realiza, quer sobre o seu meio, quer sobre si mesmo, no sentido de aperfeiçoar as suas qualidades e promover a cultura do espírito." Houve mesmo, entre os diversos estudiosos que embarcaram na viagem de definir cultura, quem defende que o termo "cultura" deriva fisiologicamente de processos agrícolas ou hortícolas de cultivar o solo, aumentando assim a fauna e a flora, como é o caso de Pires (2006, p. 39).

A cultura em si manifesta-se das mais diversificadas formas, podendo referir-se não só a costumes e características de um país, como também a um conjunto de artes, como música, literatura, pintura, entre outros, estas muitas vezes presentes nos jornais. Hoje em dia a cultura é vista como tudo aquilo que passa de geração em geração. Aos olhos de Silva (2012, p. 22), "Hoje, «cultura» engloba Beethoven e Madonna, um quadro de Velásquez e um anúncio publicitário da Vodafone, os sonetos de Camões e a Ciberpoesia de Bernstein". Atualmente e tendo por base estas referências é mais complicado definir o que não é cultura do que o que é cultura.

Esta variedade de formas sob a qual o conceito "cultura" se pode apresentar gera não só discussões profundas como tentativas falhadas na produção de uma definição concreta e exata. Rio et all. (1983), elucida que existem diferentes realidades culturais simultaneamente, tendo cada uma delas a sua lógica interna, por isso, quando tentamos

definir cultura é importante termos em conta o contexto a que nos referimos. Temos que nos circunscrever a uma determinada área cultural, e não ao seu total, caso contrário, entraríamos na famosa missão impossível 2.0. Mas o autor vai mais longe e realça a existência de culturas mais pequenas, subculturas, dentro da cultura de um país, ressaltando que muitas vezes estas são tratadas como estranhas. Assim, o mesmo opta por se referir a cultura como algo mais genérico, tudo aquilo que caracteriza uma determinada população.

Já Alex Mesoudi, (2011, p.22) vê a “cultura” como um conceito que pode ser definido como ““vida” ou “energia”. Para o autor a cultura é algo que as pessoas usam no seu dia a dia sem pensar no que esta representa ou significa. A sociedade sempre usufruiu da cultura sem se aperceber, sem lhe dar o devido valor. Rio et all. (1983) vai ao encontro desta ideia afirmando que para ele a cultura diz respeito “à humanidade como um todo e ao mesmo tempo a cada um dos povos, nações, sociedade e grupos humanos”. Contudo, Mesoudi, (2011, p.23) tenta apresentar uma definição daquilo que é a cultura,

“Cultura é informação que é adquirida através de outros indivíduos via mecanismos de transmissão social como a imitação, ensino ou linguagem. ‘Informação’ aqui entende-se como um termo geral que se refere ao que os cientistas de ciências sociais e leigos chamam de conhecimento, crenças, atitudes, normas, preferências, e competências, que possam ser adquiridos através de outros indivíduos via transmissão social e consequentemente partilhados através de grupos sociais.”

Mas com tantas definições é necessário ter em conta a primeira definição antropológica apresentada por um autor que se encontra na origem desta discussão, voltando assim a Edward Tylor (1971). Para ele, cultura corresponde ao “conjunto complexo que inclui o conhecimento, crença, arte, moral, leis, costumes, e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade”. O autor explica assim que a cultura apresenta três sentidos: a do indivíduo, a do grupo e a da sociedade. Nesse sentido, podemos afirmar que não se pode falar de cultura de um sujeito, sem termos em conta que este está inserido num determinado grupo, e consequentemente, este grupo encontra-se inserido numa sociedade. Estes três sentidos culturais de Tylor são dependentes uns dos outros. Rio et all. (1983) aprofunda esta definição acrescentando que “Cada cultura é resultado de uma história particular, e isso inclui também suas relações com outras culturas, as quais podem ser características bem diferentes”. Para além disso,

o autor defende a não existência de um caráter de superioridade ou inferioridade de culturas ou seus traços culturais.

As tentativas de definir cultura continuaram ao longo dos anos, continuam e possivelmente continuarão no futuro... Raymond Williams (1976, p.80), acadêmico, crítico e novelista galês, assevera que a palavra “cultura”, derivado às suas pluralidades, é a mais complicada que existe. Ciente das dificuldades em chegar a uma definição exata e conclusiva, o mesmo enumera algumas hipóteses, destacando-se a cultura enquanto descrição do “trabalho e a prática de atividades intelectuais e especialmente artísticas.” Esta visão é uma das que mais se aproxima da definição do conceito apresentada pela UNESCO, na Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, onde apresenta cultura como algo que,

“deve ser vista como um conjunto distinto de características espirituais, materiais, intelectuais e emocionais da sociedade ou de um grupo social, e que acompanha, além da arte e da literatura, formas de vida, formas de viver em conjunto, sistemas de valores, tradições e crenças”, (UNESCO, 2001).

Todavia, embora a busca por uma definição concreta ainda se mantenha em aberto, a existência de duas perspectivas dentro do conceito cultura, é algo concreto, em que a maioria dos estudiosos acredita. Ferin (2002, p. 37), apresenta estas duas perspectivas distinguindo-as entre antropológica e clássica. A primeira nasce entre o final do século XIX e o século XX e entende a cultura como o estudo das crenças, ideais, costumes, valores de um indivíduo enquanto parte integrante de uma sociedade. Já a segunda, a perspectiva clássica, tem uma base humanista que se encontra diretamente relacionada com manifestações literárias e artísticas.

Já Rio et all. (1983) defende a existência de duas concepções na cultura com uma formulação diversa. A primeira ligada a todos os aspetos de teor social, ou seja, a cultura diz assim “respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação”. Porém, embora esta concepção possa ser usada numa vertente geral, ela é mais usual quando falamos de povos e realidades sociais distintas das nossas. A segunda concepção encontra-se diretamente ligada ao conhecimento, às ideias, crenças, bem como, “à forma como estas existem na vida social” (Rio et all., 1983). Ainda que a vida social

não possa ser dissociada desta concepção, a diferença é que se dá ênfase às questões do conhecimento e dimensões associadas. O autor faz ainda questão de realçar que a cultura é dinâmica e nunca devemos pensar nela como algo estagnado, fechado. Também Dora Silva (2012, p. 21) defende a ideia de cultura enquanto conceito dinâmico, enfatizando que elaborar uma reflexão mais concreta sobre o termo é uma espécie de missão impraticável, lembrando que esta é,

“um dos fenómenos mais interessantes da contemporaneidade, para cuja crescente complexidade contribuíram os meios de comunicação de massas e o desenvolvimento tecnológico, integrados num contexto de profundas transformações sociais e políticas, em particular naquelas ocorridas a partir do século XX.”.

Silva (2012, p.22) vai mais longe e defende que é contra teorias que protegem a ideia de que tudo é cultura. Para ela estas ideias acabam por dificultar ou inviabilizar “uma análise mais aprofundada”, o que não impede que tudo possa ser analisado de um ponto de vista cultural.

1.2. A CULTURA E A MASSIFICAÇÃO

Atualmente, vivemos sob o efeito da cultura de massas. Existe quem aponte para o início do século XIX como a revolução, o ponto de partida para a universalização da cultura a todas as classes sociais.

Quando falamos da cultura de massas é importante ressaltar que a massificação é um fenómeno social desde logo porque, significa a integração social daqueles que até então estavam fora de um determinado espaço. O autor Macdonald (1971, p.80) corrobora esta ideia afirmando que foi “apenas para os fins do século XVIII, na Europa, que a maioria do povo começou a desempenhar parte ativa quer na história quer na cultura”. Nesse sentido, e seguindo o trabalho de Corrêa (2006, p. 16), este processo de incorporação das massas no centro das sociedades acaba por despoletar nos inícios do século XX, especificamente durante os anos que separam as duas grandes guerras mundiais. Não podemos esquecer, e como o próprio autor faz questão de realçar, que "o “centro” da sociedade significa o lugar do poder, dos privilégios, da voz, daquilo, em suma, que antes era restrito a poucos", (Corrêa, 2006, p.16).

Relativamente a este novo fenómeno social que influenciou diretamente a atual cultura de massas Ortega y Gasset (2002, p.43) escreve,

"De repente a multidão tornou-se visível, instalou-se nos lugares preferenciais da sociedade. Antes, se existia, passava despercebida, ocupava o fundo do cenário social. Agora antecipou-se às baterias, tornou-se o personagem principal. Já não há protagonistas: só há coro".

Corrêa (2006, p.17) acrescenta que este fenómeno gerou uma democratização dos benefícios criados pelo humano, bem como o chamado reconhecimento cultural da dignidade de todos, ocorrendo ainda aquilo que se categoriza por democracia da distinção, conceito criado e desenvolvido por Sloterdijk (2002). Segundo o autor este conceito representa um dos maiores paradoxos da nossa era, uma vez que o privilégio passou a ser estendido a todos.

Fatores como a revolução nos transportes, nas comunicações e no trabalho, segundo Corrêa (2006, p.17) estiveram na génese desta centralização das massas na sociedade, levando assim a uma padronização de vida, que tornou possível o surgimento e desenvolvimento da cultura de massas em que hoje vivemos. Aos olhos de autores como Bell (1971, p. 56) ocorreu uma nivelção entre os variados modos de pensar e ser que diferem a natureza das pessoas.

Entendamos que previamente nas sociedades o que existia era a cultura das elites, desde logo porque, o povo não tinha meios para consumir arte, contrariamente aos mais afortunados que possuíam educação e meios económicos. Para além disso, questões de literacia também se levantavam, já que as classes trabalhadoras, menos instruídas, não sabiam escrever ou ler. Digamos que o ponto de partida para a universalização da cultura ocorreu com a segunda revolução industrial, como aponta Dora Santos Silva na sua obra "Cultura e jornalismo cultural: tendências e desafios no contexto das indústrias culturais e criativas" (2011). Esta revolução, juntamente com todas as transformações políticas, laborais, sociais e tecnológicas que ocorreram, trouxe consigo a mediatização da cultura

através da gênese de novos meios de comunicação acessíveis a todos, como “a imprensa, o cinema, a rádio, a fotografia e, posteriormente, a televisão”, (Silva, 2012, p.26).

Surgiram então os media de massas, conceito explicado por McQuail (2003, p.4) onde os apresenta como, “uma abreviatura para descrever meios de comunicação que operam em grande escala, atingindo e envolvendo virtualmente quase todos os membros de uma sociedade em maior ou menor grau.” Neste grupo encontram-se meios como jornais, revistas, filmes, rádios e televisões. De realçar que no universo cultural estes meios representam uma fonte de definições e imagens da realidade social, bem como o retrato alargado de uma identidade comum. Para além disso, e como o autor acrescenta, são também o maior foco de interesse de lazer, promovendo “«o ambiente cultural» comum para a maior parte das pessoas, mais do que qualquer outra instituição”, (McQuail, 2003, p.4).

Apesar disto, a mercantilização só ocorre, como Gonçalves (1998, p.8) explica, com os livros, recorrendo a uma frase de Santos (1992) para os definir como o “emblema por excelência da «grande cultura»”, uma vez que aos olhos da autora os livros e o ato de leitura foram os objetos fulcrais na transformação cultural. Gonçalves suporta esta ideia afirmando que a “cultura de massas é, assim, o produto de eclosão dos meios de comunicação, que, como afirma McLuhan, dará lugar a uma cultura globalizada.”, (Gonçalves, 1998, p.3). Com efeito McLuhan é um dos protagonistas da globalização da cultura com a sua célebre conceção da aldeia global que enfatiza as transformações mediáticas e a sua evolução como o estreitar de um elo entre os indivíduos num mundo que se encurta por via das novas tecnologias, conceito teorizado designadamente numa obra afamada de 1964 intitulada “Os meios de comunicação como extensão de um Homem”.

Contudo, é preciso realçar que com o surgimento da cultura de massas as artes tradicionais também se viram afetadas. Silva (2012) destaca que estas alterações também ocorrem nas restantes áreas da cultura, como o teatro, em que “a sala de espetáculos é o espaço de representação da cultura onde se cobra uma entrada, mas onde todos podem entrar”,

Gonçalves (1998, p.8). Os próprios produtos culturais, segundo Silva (2012, p.29) passam a ser criados tendo em conta o público massivo e indiferenciado. É esta a nova variável a ter-se em conta no processo de criação, que leva os dramaturgos a criarem tendo em consideração os “gostos” das audiências.

Silva (2012, p. 29) avança e explica que a música passa assim a ter lugar em instituições de aprendizagem e auditórios, facilitando a participação do povo. No caso das artes plásticas surgem os primeiros museus e exposições, bem como as cópias de quadros “executadas para um mercado de arte: público relativamente largo, sem capital económico e simbólico suficiente para aceder aos originais”, (Gonçalves, 1998, p.9). Por último, Silva (2012) realça ainda a importância do surgimento dos conhecidos espetáculos populares, como teatros e circos. Todas estas evoluções, nas mais diversificadas vertentes da cultura, estiveram na origem da transgressão de uma cultura de elites, para a atual cultura de massas, onde os produtos culturais passam a ser concebidos para as massas. Santos (1999, p.3) ressalva esta ideia defendendo que este representou o ponto de viragem decisivo onde passou a haver “consumidores de cultura ao invés de públicos de cultura”. A audiência passa assim a ser um elemento na composição de um espetáculo, abandonando o seu papel de consumidor passivo.

Mas no meio de tanta evolução surgem também novos conceitos, como foi o caso do conceito de indústrias culturais, que segundo Silva (2012, p.32) foi cunhado em 1944 pelos filósofos Max Horkheimer e Theodor Adorno. Para ambos este conceito definia a mercantilização da cultura, partindo

“de uma conceção de cultura superior, como a pintura, o teatro ou a literatura, ligada ao sagrado – obras de arte únicas, não reproduzíveis, com «aura» –, para afirmarem que a indústria cultural é o símbolo do anti-iluminismo. Esta visão apocalíptica, que iria influenciar radicalmente os estudos sobre comunicação e cultura de massas, foi descrita no célebre livro «Dialéctica do Iluminismo» (Dialektik der Aufklärung), publicado em 1947.” (Silva, 2012, p.32).

Para outros autores como Santos (1999, p.1) as indústrias culturais (i.c) por si mesmas dão origem a um vasto conjunto de ambiguidades. Nesse sentido, com o intuito de desfazer, a autora propõe três ordens de relação que se devem ter sempre em conta.

Primeiro temos a relação das indústrias culturais com as demais indústrias. É preciso de antemão definir que "entendem-se aquelas como atividades industriais que integram trabalho cultural ou artístico diretamente nos seus produtos", (Santos, 1999, p.1). Entre estas indústrias destacam-se as diferenças no processo criativo do produto, bem como do mercado, o que faz com que a nível de gerência económica as indústrias culturais se afastem das restantes. Isto ocorre porque no domínio das atividades industriais coexistem diversas estruturas produtivas. Assim, como Santos explica, no setor das indústrias culturais temos diferentes formas de combinação capital-trabalho, como a produção independente ou os artistas independentes. Já no caso da produção a nível do produto a distinção entre mercadoria industrial e cultural é importante, desde logo porque, como a autora salienta, "mesmo quando os produtos culturais são de grande reprodutibilidade e admitem uma economia de escala e de gama (...) o valor de uso da mercadoria cultural apresenta-se com um carácter de maior incerteza e aleatoriedade relativamente ao das outras mercadorias.", (Santos, 1999, p.2). No que diz respeito ao mercado cultural o seu carácter aleatório acaba por se traduzir numa elevada imprevisibilidade da procura e no valor de uso da mercadoria cultural, o que leva a autora a identificar, que estas questões remetem para "situações de precaridade no sector das i.c., interpelam as políticas culturais e levantam a questão do papel do Estado neste mesmo sector", (Santos, 1999, p.2).

A segunda ordem de relação ocorre entre as próprias indústrias culturais, uma vez que, segundo Santos (1999, p.1) estas "estão longe de constituir um conjunto homogéneo". Por último, mas não menos importante, a autora menciona a relação complexa estabelecida entre as indústrias culturais com as restantes "formas culturais que se desenvolvem nos setores clássico e experimental", (Santos, 1999, p.2). Neste caso, a relação configura-se segundo duas premissas, a primeira que vê qualquer setor referido como um sistema complexo que integra diversos e diversificados elementos, e a segunda que opta por reconhecer a "permeabilidade crescente entre os vários setores, tanto no plano de produção como no da distribuição e do consumo", (Santos, 1999, p.4). A autora defende que estas premissas conduzem à rejeição do modelo analítico e de natureza bipolar, ou seja, cultura de massas versus cultura cultivada. A verdade, e como a mesma adianta, é que nas relações entre as indústrias culturais e os restantes setores culturais existe um grande número de pontos de contacto. Este mercado de arte pode sim funcionar na "base

da especulação a curto termo e obrigar os artistas a produzir freneticamente para estarem presentes com mais e mais obras em sucessivas exposições, em várias partes do mundo, sob pena de perderem a visibilidade", (Santos, 1999, p. 4) tudo isto muito derivado de fatores como a dependência em relação ao mercado, a aproximação à produção de série e o controle pelo grande capital. Ao analisarmos esta informação, e tendo em conta a obra de Santos, podemos afirmar que assistimos então a algo paradoxal, ou seja, o valor de obra passa a depender da sua multiplicidade e não da sua raridade, algo que também Raymonde Moulin constata afirmando que “entre uma estética da mudança contínua e as exigências da concorrência instaura-se uma relação de circularidade” (Moulin, 1992).

Silva acredita a indústria cultural trouxe quantidade em vez de qualidade aos produtos culturais, caracterizando-os como frutos de baixa qualidade e super estereotipados. Muito disto acontece porque nos dias que correm os tempos frenéticos de produção não permitem aos artistas despenderem muito tempo nos seus objetos culturais. Na sua obra, a autora (2012), explica que as mercadorias culturais são criadas tendo em vista o lucro e não o conteúdo,

“A «técnica» na indústria cultural refere-se à organização da cultura em si, permanecendo externa à técnica artística, ou seja, é um “parasita”. É desta técnica parasita extra-artística que resulta o pastiche (*Gemisch*), uma cultura de imitação, em que se conjuga a indústria com os resíduos individualistas.”.

Bauman (2011, p.65) também dá o seu contributo e explica que o Estado Francês terá sido uns dos pioneiros no envolvimento com as artes, relatando o ato de Francisco I no século XVI de estabelecer uma oficina estatal com o foco na produção de tapeçarias. Contudo, o mesmo avança e destaca também o momento em que Luís XIV funda não só o teatro real, a *Comédie-Française*, bem como um conjunto de academias régias que tinham como função desenvolver as artes e educar os artistas. Aos olhos de Bauman esta última medida foi o que deu início às formas mais modernas de patrocínio das artes pelo Estado. Estas novas "políticas culturais" surgiram, segundo o autor, uns bons duzentos anos antes do cunhamento do conceito "cultura"

Mas será que tudo é positivo nesta nova forma de se produzir cultura? Silva (2012) acredita que não, uma vez que atualmente a criação do produto cultural tem a finalidade de dominar o público através do controlo psicológico. Cada vez mais as mercadorias culturais têm como função um consumo descontraído para que a audiência não tenha que exercer nenhum esforço mental.

Nesta nova versão de cultura, a cultura de massas, Gonçalves (1998, p.9) menciona que, “como a cultura passa a ser feita em função de públicos, há uma circulação mais intensa dos objetos culturais enfatizada pela criação de espaços de fruição cultural coletiva”. É assim, com estas mudanças, que surge a cultura de massas, de onde brotam os contributos para a compreensão da cultura contemporânea, que conseqüentemente, leva ao surgimento da área da comunicação que trabalha a cultura, o jornalismo cultural.

1.2.i. AS TEORIAS DA CULTURA DE MASSAS E O SURGIMENTO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS

O século XX viu surgir uma nova vertente deste conceito polissémico e complexo que é a cultura. A cultura de massas apresentada por Morin (2002, p. 14) como,

“[cultura] produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial, propagada pelas técnicas de difusão maciça (que um estranho neologismo anglo-latino chama de mass media), destinando-se a uma massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos”

A questão despertou curiosidade a vários estudiosos que se dedicaram ao estudo desta nova área da cultura. De forma global, e como resultado destas pesquisas, a cultura de massas passou a ser abordada segundo duas perspetivas, uma delas estando conectada ao marxismo, apresentando duas visões: a teoria crítica alemã e os estudos culturais provenientes da tradição francesa e inglesa, e a tradição liberal norte-americana. Mas antes de avançarmos no estudo destas duas vertentes é importante referir que, tal como McQuail (2003) explica, a teoria marxista assenta na questão do poder propondo "uma ligação direta entre a propriedade econômica e a disseminação de mensagens que afirmam a legitimidade e o valor de uma sociedade de classes." (2003, p.84).

Segundo Lourenço (2016, p.8), relativamente à perspetiva marxista é necessário olhá-la através das suas duas variantes, a teoria crítica da Escola de Frankfurt e os Cultural Studies britânicos.

McQuail (2003, p.97) afirma que os trabalhos de F.R Leavis foram influentes no surgimento de uma teoria crítica social com tendências mais radicais e populistas expressas nos trabalhos de autores como Richard Hoggart, Raymond Williams e Stuart Hall. O autor relata que estes críticos dividiam as suas forças entre atacar, como o mesmo denomina, as raízes comerciais da "perda de nível", e em falar em prol das classes trabalhadoras e dos consumidores da cultura de massas como vítimas do sistema. O autor explica que esta teoria crítica tinha como propósito inicial,

"redimir as pessoas cujos presumíveis «baixos gostos» eram responsáveis pela baixa qualidade da cultura de massas. Desde então a «cultura de massas» foi resgatada ao estigma de baixa qualidade, embora no seu decurso o conceito original de cultura de massas tenha sido largamente abandonado", (2003, p.97).

Segundo McQuail (2003, p.97) foi este termo de teoria crítica que deu origem em 1933 ao trabalho de académicos do Instituto de Investigação Social Aplicada de Frankfurt, com influência marxista. Entre os membros destacam-se nomes como Max Horkheimer, Theodor Adorno, Leo Lowental, Herbert Marcuse e Walter Benjamin. Inicialmente, e como explica o autor, a Escola de Frankfurt tinha como principal objetivo a examinação da aparente falência de uma mudança social prevista por Marx na sua teoria marxista, tendo como apreciação a capacidade da "superestrutura" para alterar as forças materiais e históricas da mudança económica, (McQuail, 2003, p.97). No seu conjunto a escola de Frankfurt correspondia a uma crítica forte às sociedades da cultura de massas (2003, p.98).

Lourenço, (2016, p.8) aprofunda esta informação e explica que a Escola de Frankfurt apresentava-se como o principal centro da crítica às tradições norte-americanas de base empírica que dominavam a investigação social naquele país. Horkheimer e Adorno na sua obra "A indústria Cultural: O esclarecimento como Mistificação de Massas" (1947)

apresentam “cultura de massas” como a cultura industrial, produzida com o simples objetivo de gerar altos lucros, ao mesmo tempo que se unifica como um mecanismo de integração social. Para os autores a indústria cultural representa então um sistema político e econômico com o principal objetivo de produção de objetos culturais, como filmes, música popular, programas de rádio e/ou televisão, etc., para manipulação da sociedade. Esta nova indústria, onde se insere a cultura de massas, apresenta assim a capacidade de cultivar necessidades e desejos nas audiências através de objetos capitalistas. Horkheimer e Adorno (1947) vão mais longe e acabam mesmo por afirmar que nesta cultura de massas todos os objetos adquirem características idênticas. Para estes a arte, assim como a cultura,

“um género de mercadorias, preparadas, computadas, assimiladas à produção industrial, compráveis e fungíveis, mas a arte como um género de mercadorias, que vivia de ser vendida e, no entanto, de ser invendível, torna-se algo hipocritamente invendível, tão logo o negócio deixa de ser meramente sua intenção e passa a ser seu único princípio.” (Horkheimer e Adorno, 1947, p. 36-37).

Todavia, Adorno (1968, p.288) ressalva que a questão “não se trata nem das massas em primeiro lugar, nem das técnicas de comunicação como tais, mas do espírito que lhes é insuflado”. Nesse sentido, e segundo Subtil (2006, p.27), a cultura encontra-se então dependente do mercado, uma vez que “quando o acto cultural se transforma em valor económico perde o seu poder intrínseco, isto é, a sua capacidade crítica, ao mesmo tempo que extingue os traços da experiência autêntica”. O que estes estudiosos defendem é que neste universo da cultura de massas o indivíduo abandona o seu papel de criador para passar a ser o próprio objeto da indústria, desde logo porque, toda esta cultura de massas está diretamente ligada à questão da velocidade, o que, por sua vez, leva à inibição da capacidade intelectual do indivíduo.

Gostaria de evidenciar o que o conceito “mercadoria”, aqui aplicado à cultura, representa à luz dos estudos da Escola de Frankfurt. É necessário clarificar, e tal como McQuail (2003, p.98) salienta, que a teoria crítica desenvolveu o conceito de mercadoria cultural como "instrumento para examinar a comercialização da cultura e o trabalho da publicidade, enquanto evoluía uma noção mais alargada de «hegemonia» para dar conta dos efeitos dos media sobre a consciência."

É Marx quem trabalha primordialmente o conceito de mercadoria, apresentando uma definição que ainda hoje, nos dias que correm, se apresenta bastante real e verídica. Na sua obra dirige-se à mercadoria como sendo objetos que adquirem um valor económico, possibilitando a sua troca. Nesse sentido, se olharmos para os produtos culturais podemos perceber que também estes se enquadram nesta mercadoria de Marx. Os produtos culturais podem ser criados, vendidos e trocados pelos consumidores no mercado cultural. Como Marx disse as mercadorias culturais abandonam o seu valor de uso em prol do seu valor de troca, tornando-se dependentes dos media de massas comerciais. McQuail (2003, p.98) segue esta ideia e alerta para o facto de que, "quanto mais a arte e a cultura são tratadas como mercadorias mais perdem o seu potencial crítico e as distinções de valor intrínseco são substituídas ou equacionadas com critérios de mercado, de custo e de procura".

Porém, quando falamos de mercadorias culturais, outro conceito que rapidamente emerge é a hegemonia. Hegemonia é um conceito que deriva de Gramsci (1971), e que os teóricos críticos usam para confrontar diferentes ideias relativas a como a cultura dos media contribui para preservar não só a divisão de classes, bem como, o domínio de uma classe sobre as restantes. Segundo McQuail (2003, p.99) este conceito refere-se assim "a um conjunto de regras vagamente relacionadas com as ideias de governação que perpassam a sociedade, de tal maneira que a ordem de poder estabelecida e os seus valores parecem naturais, dados como adquiridos e consensuais". É preciso compreendermos que, embora os media não sejam responsáveis por definirem a realidade da sociedade, a verdade é que, tendem a fazê-lo optando por dar acesso preferencial às definições apresentadas pelas autoridades, neste caso refiro-me aos governantes do nosso país. Isto é um dos fatores que leva a que haja a correlação entre a cultura e os poderes políticos e económicos. De acordo com Hall (1982),

"A noção de domínio, que quer dizer imposição directa de um enquadramento, pela força clara ou pela pressão ideológica, sobre uma classe subordinada, não era suficientemente sofisticada para dar conta das complexidades do caso. Havia também que ver que o domínio era conseguido tanto ao nível consciente como inconsciente; vê-lo como característica do sistema de relações em questão mais do que como intenções intencionais e tendenciosas de indivíduos na sua própria

atividade de regulação e exclusão que funcionava pela linguagem e discurso ", (1982, p.95).

Na cultura de massas, e segundo a visão da perspectiva marxista, ocorre um abandono, por parte do consumidor de cultura, da crítica em prol de um idolatrar de celebridades. É aqui, nesta sociedade capitalista, que Horkheimer e Adorno (1947) apontam para a junção de cultura com a propaganda, onde a primeira passa a ser vista como um negócio que se autossustenta. É neste “negócio” que os meios de comunicação das massas começam a apresentar um alto poder de influência nas audiências, quer seja direta ou oculta, sendo utilizados como ferramentas para obtenção de lucros por parte das empresas que os usam.

Assim sendo, é necessário compreender que o discurso crítico de Adorno e Horkheimer em torno da indústria cultural tem como foco a mercantilização tanto da arte, como da cultura. Acrescentando a isto os mesmos criticam a utilização dos meios de comunicação das massas com o único objetivo de manipulação das audiências, para que estas se tornem simples consumidores. Soares (2005. pp. 232-233), explica que,

“Os estudos de crítica à indústria cultural procuram examinar como a sociedade se expressa através das suas várias mídias. O programa desses estudos se centra nos processos através dos quais a produção e a receção são mediadas em conjunto pelas comunicações enquanto mercadorias, as quais as pessoas estão dispostas a pagar direta ou indiretamente.”.

Tendo por base Lourenço (2016, p.11), em 1960 em França foi criado o Centre d'Études des Communications de Masse (CECMAS), e com ele surgiu a necessidade e preocupação em definir a “nova cultura” contemporânea. Este novo centro tinha como foco a comunicação de massas, ou seja, dedicava-se essencialmente à análise de relações estabelecidas entre a sociedade e as comunicações de massas, Subtil (2006, p.27). Lourenço (2016, p.11) ressalva ainda que Friedmann conseguiu agregar em si diversos nomes importantes neste campo da investigação, como Edgar Morin, Roland Barthes, Christian Metz, Julia Kristeva. Morin, na sua obra “L'Esprit du Temps. Essai sur la Culture de Masse” (1962), explica que “vivemos em sociedades «policulturais», onde a cultura de massas se mistura com as culturas nacionais, religiosas e humanistas”. Conforme explica Lourenço (2016, p.11), já outros investigadores centram os seus estudos no estatuto simbólico da cultura aliada à linguística e psicanálise, como é o caso

de Roland Barthes, o que levou ao surgimento da ciência da Semiologia, ciência responsável pelo estudo do sistema de símbolos da cultura. É através desta nova visão e destas referências que os estudos franceses se aproximam dos britânicos.

No que toca aos estudos culturais britânicos, segundo McQuail (2003, p.99) nos anos 70, no Centro de Estudos Culturais Contemporâneos na Universidade de Birmingham, que mais tarde ficou conhecido como «Escola de Birmingham», começou-se por olhar para a teoria crítica através de outras vertentes. Para autores como Richard Hoggart (fundador do centro), Raymond Williams, E. P. Thompson e Stuart Hall (uma das figuras mais envolvidas neste estudo), a teoria crítica vai muito mais além da dominação ideológica. Para estes estudiosos o conceito “cultura” é o ponto central de toda a investigação. Como Mattelart e Neveu (2006, p.8) explicam, todos eles estudavam o conceito através do seu sentido lato e antropológico tendo sempre em conta a existência de duas ligações, Cultura – Nação e a cultura dos grupos sociais. Para além disso os mesmos expressam ainda, que quando a cultura se encontra ligada à política é necessário “compreender de que forma a cultura de um grupo, e, principalmente, a das classes populares, funciona como contestação da ordem social ou, inversamente, como modo de adesão às relações de poder”. Assim sendo estes eram então os grandes objetivos da Escola de Birmingham, o que a levou a iniciar investigações pioneiras nas culturas jovens e operárias, nos conteúdos e na receção dos media (Mattelart e Neveu, 2006, p.8). A Escola de Birmingham representou assim o principal centro de abordagem da teoria crítica como "assimilação e subordinação de elementos desviantes ou opositores da sociedade", (McQuail, 2003, p.99).

Segundo McQuail (2003, p.100) foi Stuart Hall em 1978 que nos apresentou uma nova abordagem para a teoria crítica, a abordagem sociocultural. De forma simples, mas não banalizada, esta abordagem presta atenção tanto às mensagens como ao público, procurando encontrar padrões de escolha e resposta em relação aos media. Assim sendo, podemos afirmar que a Escola de Birmingham desempenhou um importante papel através da sua abordagem crítica, sendo responsável por se passar a dar valor à questão de como pode ser lida a questão ideológica nos textos dos media pela audiência.

Mas quais são as diferenças entre a perspectiva francesa e a inglesa? Na realidade, até certo ponto, ambas se mantiveram bastante semelhantes na visão e resultados, contudo os estudos começaram-se a separar quando a quarta figura da Escola de Birmingham, Stuart Hall partilhou em 1977 o seu ensaio “Enconding/ Decoding” do discurso. É nestes textos publicados pelo autor que o mesmo apresenta o “quadro teórico que coloca a tónica no facto de o funcionamento de um media não poder limitar-se a uma transmissão mecânica (emissão/receção)”, (Mattelart e Neveu,2006, p.38).

Este modelo de Hall (1980, pp. 58-59) apresenta o texto dos media como estando situado entre os seus produtores, quem o escreve e lhe dá um sentido, e a audiência, o descodificador deste sentido atribuído, tendo sempre por base as situações sociais e possíveis quadros de interpretação. Para o construir Hall (1980, pp. 58-59) baseou-se na sociologia política de Parkin (1972), defendendo assim a existência de três códigos básicos, o primeiro referente aos sentidos dominantes associados ao poder, o segundo denominado como o código dos media como transmissores profissionais e neutros de informação, e o terceiro conhecido como o "oposicional", " disponível para os que escolhem ou são levados pelas circunstâncias a ver as mensagens sobre a realidade de maneira diferente e a «ler nas entrelinhas» das versões oficiais dos acontecimentos", (McQuail, 2003, p.100). Por outras palavras o que este modelo de Hall (1980) apresenta é que a ideologia enviada não é a mesma que a recebida, ou seja, a significação que os media dão aos textos que produzem, não é a mesma interpretação que as audiências têm. Acima de tudo, esta nova visão de Hall exige ter em conta as regras mediáticas por detrás da produção da mensagem, bem como, as referências culturais de quem a recebe, ou seja, os recetores.

Tal como McQuail (2003, p.101) disse, estas ideias foram suficientes para se repensar a teoria da ideologia e da falsa consciência, gerando novas investigações, como por exemplo a de Morley de 1980 e a sua obra "The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding", com vista a encontrar provas da resistência das classes trabalhadoras às mensagens dominantes dos media.

Assim sendo, e embora este tenha sido o acontecimento para o distanciamento entre a visão francesa e a inglesa, existem sim dois grandes motivos que separam a Escola de Birmingham da Escola de Frankfurt. Correia (2011, p.171) apresenta-nos então os dois, sendo o primeiro a inexistência de uma crítica da cultura de massas, focando-se essencialmente na análise de uma cultura de práticas sociais simbólicas, e o segundo, a distinção entre os processos de codificação e descodificação dos media, ou seja, o reconhecimento de que as audiências são dotadas de capacidade mental podendo assim produzir os seus próprios significados e usos para os objetos da indústria cultural.

Falemos agora da tradição liberal norte-americana onde estes debates tiveram presentes desde muito cedo, Lourenço (2016, p.13) aponta mesmo para a década de 1920 quando,

“se confrontavam pela primeira vez com o problema de uma cultura transmitida através dos meios de comunicação de massa e aparentemente modelados por eles (encontro entre a cultura e a tecnologia).”

Grande parte do debate gerou-se em torno de duas vertentes, a vertente daqueles que viam a cultura de massas como um avanço social, uma promotora da democratização da cultura disponível para todos, e a vertente dos mais cétricos.

Na primeira das vertentes, também conhecida como perspetiva integradora da cultura, ressalva-se o trabalho de Bell (1971) “Modernidade e Sociedade de Massa: Variedade da Experiência Cultural”, onde o mesmo apresenta uma redefinição do termo “cultura” aliado às mutações que a sociedade sofrera. Nesse sentido, o autor acredita que a cultura de massas proporciona igualdade de consumo dentro das sociedades, ocorrendo assim o abandono do fator exclusividade por parte das elites. Elementos como estilo de vida, desejos, cultura, normas e valores passam agora, com a cultura de massas, a chegar a todos. Para Bell (1971, p. 26-27) esta democratização que a cultura de massas trouxe não simboliza somente o sentimento de ter lugar na sociedade, mas sim o poder e oportunidade de escolha. Apesar disso, o autor faz questão de realçar a importância que os meios de comunicação de massa exerceram no nivelamento dos estilos de vida. Bell (1971, p.28) elucida que o cinema, a televisão e a publicidade, além de estimularem as exigências das audiências, conseguiram mesmo fomentar e elevar o “gosto” das mesmas.

Outro nome a ter-se em conta quando se fala da perspectiva integradora é Umberto Eco (1984) e a sua obra de 1968, “Apocalípticos e Integrados”, onde, segundo Lourenço (2016, p.14), o mesmo propõe proposições que partilha de uma perspectiva pró-cultura de massas. Primeiramente o mesmo defende que a cultura de massas é o contrário de um regime capitalista. Esta só é possível numa sociedade em que exista igualdade de direitos na vida pública, só existindo nas sociedades contemporâneas, as denominadas sociedades industriais. Em segundo lugar, Eco (1984, p.52) defende, e contradiz todos os estudiosos que acreditam que com a chegada da cultura de massas a cultura denominada “superior” perdeu-se. O Autor defende que a mesma se difundiu na sociedade, permitindo assim o acesso às massas que antes não o teriam. O terceiro ponto que o mesmo levanta, e indo de encontro a Bell, é a importância dos meios de comunicação, destacando que os mesmos propõem sem discriminação variados elementos de informação sem existir distinção entre o entretenimento, curiosidade e o dado válido. Por último, Eco (1984, p.55), acredita que a cultura de massas trouxe consigo uma homogeneização do gosto, que por sua vez contribuiu, por um lado, para a eliminação das diferenças sociais, e por outro, para a unificação das denominadas sensibilidades nacionais.

Já quando abordamos a segunda perspectiva, a perspectiva cética, um dos nomes que ressalta é de Dwight Macdonald, conhecido por apresentar ao mundo os termos “*masscult*” e “*midcult*”. Macdonald (1957) dividia assim a cultura de massas nestes dois termos, onde o primeiro se destinava à cultura de elites, e o segundo, “*midcult*”, à classe média, conhecida também pela sua capacidade de utilizar elementos da “*masscult*” e os transformar. Nesse sentido, o autor acredita que a “*midcult*” leva à banalização da cultura a partir do momento que transforma os seus significados, limitando por isso os conteúdos das massas, ou seja, o público desta cultura consome produtos de fácil compreensão, que não estimulam o seu intelecto.

Segundo Lourenço (2016, p. 16) é nestes trabalhos de Macdonald (1957) que temos o primeiro contacto com o conceito de “cultura folk”, também conhecido como *masscult*. Para o autor esta é a única cultura que deve ser considerada e usufruída, desde logo, por aos olhos do mesmo, ser a única capaz de representar o contexto cultural de uma sociedade, enquanto que, a *midcult* é composta por objetos culturais cheios de

superficialidade, devendo ser descartada. Ou seja, o autor vê assim a cultura de massas como uma cultura para as massas.

Na verdade, como McQuail (2003, p.104) explica, os media de massas são os grandes responsáveis pela cultura de massas nas sociedades atuais, mas há também quem atualmente denomine esta cultura como cultura popular. Nos dias que correm podemos perceber que grande parte da cultura que é absorvida pelas audiências é conseguida através do cinema, televisão, jornais e vídeos, havendo uma dificuldade atual em se distinguir o gosto das elites do gosto das massas, ambas acabam por consumir grande parte da informação cultural através do mesmos meios populares, ocorrendo uma homogeneização do consumo cultural. McQuail (2003, p.104) acredita que a cultura popular corresponde a um,

"produto híbrido de inúmeros e infinitos esforços para uma expressão num idioma contemporâneo visando alcançar as pessoas e captar um mercado, e uma procura igualmente activa por parte das pessoas do que Fiske (1987) chamou de «significações e prazeres»".

Surge então a questão... será que ainda fará sentido continuarmos a utilizar o termo cultura de massas para definirmos o modo de consumo de cultura atual por parte das audiências ou estará na hora desse termo cair em desuso e optarmos pelo mais recente conceito de cultura popular?

CAPÍTULO II – JORNALISMO CULTURAL

A questão que se impõe neste momento, e que levou ao surgimento da necessidade de redigir este capítulo é a de entender o que é o jornalismo cultural, para que serve e que conteúdos trabalha esta área do jornalismo que se foca essencialmente num dos conceitos mais complicados de se definir, a cultura. Acredito que muitos definiriam esta área de estudos como a área do jornalismo que trabalha assuntos culturais. Não é que esteja errado, mas também não se encontra totalmente correto.

2.1. INTERROGAR O JORNALISMO

Para compreender o trabalho de um profissional que trabalha o jornalismo cultural é necessário realizarmos uma pequena divisão prévia. Jornalismo Cultural é um conceito que deriva da junção de outros dois grandes conceitos, sendo que cada um destes se encontra ligado a outros tantos conceitos, o que torna ambos um tanto ou quanto complicados de definição. Uma vez já revisto anteriormente o conceito de cultura, chega então a hora de compreendermos o que é jornalismo.

Nos tempos que correm esta deve ser das perguntas mais levanta, até mesmo pelos próprios profissionais da área. Com o surgimento das tecnologias e o crescimento desenfreado das redes sociais, tem sido cada vez mais complicado distinguir os trabalhos jornalísticos produzidos por profissionais, dos trabalhos dos autodidatas da internet. Hoje

em dia, qualquer pessoa com acesso à internet e com uma escrita apelativa, é facilmente apelidada de jornalista, atividade esta recentemente reconhecida como “jornalismo cidadão”. Já não existe uma barreira nítida que separe os profissionais dos amadores. É como se a sociedade não efetuasse a diferenciação entre os demais. Mas será que aquilo que este autodidata faz é mesmo jornalismo? Na atualidade corrente eu arriscaria que esta é a grande pergunta que assombra a cabeça de todos aqueles que trabalham nesta área, o que é jornalismo?

Para compreendermos o que é jornalismo seria interessante começarmos por analisar aquilo que os dicionários apresentam como definição para esta área da comunicação. Usemos o mesmo dicionário utilizado anteriormente na definição de cultura, a Infopédia do dicionário de Porto Editora. Segundo a mesma, e passo a citar, Jornalismo é um nome masculino que pode ser definido como:

- *atividade de recolha e análise de informações da atualidade com o objetivo de as transmitir ao público através de meios de comunicação social*
- *atividade de quem trabalha em comunicação social; profissão de jornalista*
- *forma de expressão que caracteriza os meios de comunicação social*
- *conjunto dos meios de difusão de informação; comunicação social*
- *conjunto dos jornalistas*

Numa primeira instância de análise podemos dizer que, embora tudo o que venha no dicionário seja plausível e verdadeiro, a sua incompletude também é notável. Serão estes pontos suficientes para definir o jornalismo? Na minha visão, e tento por base alguns estudos, acredito vivamente que não.

Entre os diversos académicos que propuseram definições para jornalismo destaquemos Meditsh (1997, p. 12), que há mais de duas décadas procurou definir jornalismo através da pergunta, “jornalismo é uma forma de conhecimento?”. A resposta à questão revelou-se positiva, afirmando mesmo que um jornalista não é um mero transmissor de conhecimento, a “exigência sobre a formação profissional dos jornalistas, que deixam de ser meros comunicadores para se transformarem em produtores e reprodutores de

conhecimento”. Aos olhos do autor foi esta exigência que colocou o jornalista como o mediador central da experiência social.

Já Rossi (1890) progride na sua investigação sobre o jornalismo iniciando-a com uma pergunta igual à nossa, “o que é o jornalismo”, questão esta que mais tarde deu título à sua obra. Segundo o mesmo o jornalismo,

“independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens. Mas uma batalha nem por isso menos importante do ponto de vista político e social, o que justifica e explica as imensas verbas canalizadas por governos, partidos, empresários e entidades diversas para o que se convencionou chamar veículos de comunicação de massa”. (Rossi, 1980, p.1)

Embora estas duas possíveis definições se encontrem corretas há também que ter em conta a definição apresentada por Bill Kovach e Tom Rosenstiel. Para ambos o jornalismo pode-se apresentar sob várias formas, mas a primeira que ressaltam é o jornalismo como um serviço público, onde os jornalistas sentem-se pressionados, assumindo assim “como um dado adquirido o facto de trabalharem no interesse do público” (Kovach e Rosenstiel, 2001, p.15). Zelizer (2005, p.76) suporta esta ideia quando afirma que,

“O jornalismo é um fenómeno que pode ser visto de várias maneiras - como um sexto sentido, um recipiente, um espelho, uma história, uma criança, um serviço, uma profissão, uma instituição, um texto, pessoas, um conjunto de práticas. Essas formas de pensar sobre o jornalismo sugerem vários caminhos pelos quais podemos abordar o jornalismo, a imprensa e os media noticiosos. Eles são úteis aqui porque cada um oferece uma maneira de pensar sobre como a imprensa poderia funcionar melhor do que hoje funciona. E ao considerar seu papel na democracia (...), não pode haver objetivo mais adequado.”

Contudo Kovach e Rosenstiel defendem que a sua definição, outrora correta, atualmente se encontra desatualizada devido ao surgimento da internet, internet esta que veio alterar o paradigma até então do jornalismo. Com a evolução tecnológica muitos defendem que tudo pode ser considerado jornalismo, o que levou ao surgimento da questão, “o que é jornalismo?”, Kovach e Rosenstiel afirmam que,

“a finalidade do jornalismo não é definida pela tecnologia, nem pelos jornalistas ou pelas técnicas que estes empregam. (...) os princípios e a

finalidade do jornalismo são definidos por algo mais básico - a função que as notícias desempenham na vida das pessoas.", (2001, p.15).

Para os dois o jornalismo apresenta duas grandes finalidades, que independentemente do paradigma em que estejamos, estas não se alterarão. O jornalismo deve assim “fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem.”, bem como “servem de guardiões, forçam as pessoas a agir e dão voz aos esquecidos.”, (Kovach e Rosenstiel, 2001).

Após esta pequena navegação por algumas definições propostas para jornalismo, eis que finalmente começa a ser perceptível a dificuldade presente em estabelecer uma definição para o mesmo. Nelson Traquina (2002, p.9) também corrobora esta dificuldade expressando que “É absurdo pensar que podemos responder à pergunta «o que é o jornalismo?» (...) , mas sejamos corajosos e tentemos”. Após uma avaliação aprofundada de diversas características e patamares que constituem o jornalismo enquanto área da comunicação, o autor chega à conclusão que “poeticamente poder-se-ia dizer que o jornalismo é a vida contada nas notícias(...) em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia”, (Traquina, 2002, p. 9). Aos olhos de Traquina o jornalismo tem a função de estabelecer um vínculo com a realidade, considerando que a transgressão por parte do jornalista deste vínculo, fomentando a ficção, é um dos erros fatais para a profissão. Na boa prática jornalística, os jornalistas devem ser objetivos e imparciais, não deixando os seus interesses pessoais interferirem com o que escrevem. Como o mesmo explica, ser jornalista “implica a partilha de um ethos que vem sendo afirmado há mais de 150 anos. Mas, ser jornalista também implica crença numa constelação de valores, a começar pela liberdade”, (Traquina, 2002, p.135).

Mas o jornalismo vive das suas audiências bem como dos meios de comunicação, desempenhando estes últimos um papel indispensável para a transmissão da mensagem. Contudo, não devemos desvalorizar o contexto de produção dos textos mediáticos. Na realidade os media são influenciados por diversos fatores externos e internos, o que faz com que o seu contexto nunca se apresente realmente estático, porém isso não quer dizer que o mesmo não se pareça como tal. McQuail (2003, p.280) defende que essa falsa estabilidade advém de forças externas e finalidades organizacionais. Nas atividades

organizacionais devemos destacar o contexto de produção da mensagem de um media, que podem ser descritas como, "seleção" e "processamento". Para o autor, o primeiro diz respeito à sequência de decisões desde a seleção do material em bruto até à distribuição do produto final. Já a segunda atividade, o processamento, diz respeito à aplicação tanto de rotinas de trabalho como de critérios organizacionais que de algum modo acabam por afetar a "a natureza do produto à medida que vai passando pela «cadeia» de decisões", McQuail (2003, p.280).

Em geral, e independentemente do meio, as fases de produção dos media requerem um enorme volume de atividades sendo fortemente influenciado tanto pelas convenções como pelas experiências anteriores, que acabam por definir, segundo McQuail (2003, p.280) se um acontecimento é merecedor ou não de ser noticiado.

Mas quando o assunto é a produção de conteúdos por parte dos media que nos assolam atualmente de informação constante, não podemos deixar de parte o termo "*gatekeeping*" usado durante muitos anos como uma metáfora para descrever este processo. *Gatekeeping* como o processo "de admitir ou não que uma dada notícia passe", (McQuail, 2003, p.280). Segundo o autor e,

"Num sentido mais alargado, refere-se ao poder de dar ou retirar acesso a diferentes vozes na sociedade e é muitas vezes o centro de conflitos. Uma tensão comum nas sociedades democráticas decorre entre governantes (e políticos) e os media de massas, sobre a quantidade e tipo de atenção que os primeiros recebem dos segundos", (McQuail, 2003, p.281).

Todavia, como qualquer conceito e processo, também o *gatekeeping* acaba por conter algumas fraquezas. McQuail (2003, p.281) apresenta algumas delas como a existência de uma área de entradas, bem como de um conjunto simples de critérios de seleção. Para além disso o autor refere ainda a visão simples dos recursos das notícias e da sua inclinação para a individualização na tomada de decisões.

Apesar disso, gostava também de realçar a existência de pressões exteriores na escolha de notícias pelos meios de comunicação. Não devemos descuidar destes influenciadores externos questões económicas muitas vezes levantadas pelas parcerias publicitárias, desde logo porque o jornalismo, e estes meios de comunicação, ainda nos dias que correm, não se autossustentam. Muitas das suas receitas mensais e anuais dependem da publicidade. São os denominados, por alguns autores como McQuail (2003, p. 281), como «gestores de notícias». Este processo é o que muitas vezes está na origem de discussões em torno da imparcialidade jornalística. Será que existe a necessária imparcialidade na produção de conteúdos pelos meios de comunicação, sendo que estes não se encontram isentos de pressões exteriores?

2.2. A GÉNESE DO JORNALISMO CULTURAL

Depois de compreendermos um pouco do que é o jornalismo torna-se também importante estudar um pouco da génese do jornalismo cultural. Segundo Robert (2018), emergiu ligado a uma cultura de elites e foi evoluindo até à cultura de massas atual.

Carmo (2006, p. 5) afirma que esta área da comunicação teve a sua génese em França, no famoso século das luzes, época do iluminismo. Época em que emergiram as primeiras coberturas culturais nos panfletos literários e nas revistas dirigidas ao público feminino. Um período da história onde as sociedades, nomeadamente, começaram a apostar no conhecimento, principalmente através da leitura de clássicos. A nova atividade literária foi ganhando peso, e como ressalva Carmo (2006, p.6), levou mesmo ao surgimento de clubes do livro, círculos de leitura e edições por subscrição. Por sua vez também Silva (2012, p.87) suporta esta mesma ideia, avançando ainda que foi nesta época que apareceram os primeiros escritores – jornalistas. Nos ditos boletins, os leitores tinham acesso a críticas literárias, resumos teatrais, bem como reflexões sobre as áreas da cultura em geral.

A própria génese do jornalismo cultural não é consensual. Lopez e Freire (2007, p.3) fazem parte de um grupo de pessoas que aponta para a revista diária “The Spectator”, que data de 1711, como a primeira prática desta área, visto tratar-se de uma revista de cariz

moderno e vanguardista, que apresentava como objetivo “fomentar a discussão, nos centros formadores de opinião, sobre lançamento de obras artísticas e filosóficas a partir de ensaios e críticas.” Melo (2010, p.2) considera esta revista como o acontecimento, até então, mais conhecido e marcante na área do jornalismo cultural. Segundo um dos maiores autores nos estudos do jornalismo cultural, Piza por sua vez (2003, p.11), afirma que o objetivo desta primeira publicação era “tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembleias, casas de chá e cafés”. Opinião diferente tem Peter Burke (2004, p.78) aponta para o final do século XVII, nomeadamente para os anos de 1665 e 1684, em que ocorrem as primeiras publicações com cobertura de obras culturais no “The Transactions of the Royal Society of London” e no “News of republic of Letters”.

Podemos constatar que quanto à génese do jornalismo cultural existem dúvidas, contudo, como Gonçalves (1998) explica, a relevância da cultura nos diferentes países foi sendo gerada de forma díspar. A autora salienta que primeiro deu-se o irromper de novos espaços sociais de cultura, o que fez com que as atividades culturais abandonassem as cortes e emergissem nas cidades, sendo que estes espaços se diferenciavam de país para país. Gonçalves (1998, p.7) apresenta alguns exemplos como, “na Inglaterra, o pub era o local privilegiado de encontros literários. Já na França surgem os salões burgueses com realce para a música.”. Há época o jornalismo cultural era puramente ensaístico e literário, porém, foi nesta altura que novas formas de jornalismo começaram a emergir, como é o caso da crítica.

Com o passar dos anos, na Europa, o jornalismo cultural começou a aproximar-se cada vez mais do formato de entretenimento de tipo intelectual. Já nos EUA, é na passagem do século XIX para o XX, segundo Lourenço (2016, pp. 18-19), com o avanço do capitalismo industrial e do “desenvolvimento da imprensa como fórum de mediação, surgem, (...), as primeiras publicações especializadas na área cultural”, a The New Yorker, fundada em 1925, e a Interview, fundada por Andy Warhol, em 1969. Os autores Lopez e Freire (2007, p.4) explicam que este surgimento de grandes publicações de certa forma, marcaram o jornalismo cultural irreversivelmente. Silva (2012, p.88)

complementa esta ideia ao afirmar que estas publicações mesclam a informação jornalística com o entretenimento de pendor estético.

O decorrer do século XX trouxe consigo um maior aproximar da cultura com a área do entretenimento que levou ao surgimento do conhecido, e ainda atual, culto das celebridades. Silva (2015, p.51) acredita que a influência da televisão foi fulcral para toda esta transformação, permitindo a proliferação do entretenimento, bem como um aumento da atenção aos aspetos gráficos dos jornais. Contudo este aproximar ao entretenimento gerou uma fricção entre o jornalismo cultural reflexivo, representante da abordagem académica dos factos, e o jornalismo cultural não- especializado, este mais focado nos aspetos noticiosos dos factos culturais. Lourenço (2016, p.19) explica que esta tensão entre ambas levou ao surgimento de duas formas de publicação, os jornais diários, exclusivamente informativos, e os suplementos semanais, maioritariamente académicos e ensaísticos.

O surgimento da cultura de massas levou assim o jornalismo cultural a adotar uma perspectiva de entretenimento e de lazer, focando-se cada vez mais nos produtos culturais de massas. Nos dias que correm a definição de jornalismo cultural já não é unânime, havendo quem opte “por uma abordagem “clássica”; outras, por uma cultura de tendências e alargada aos produtos das indústrias culturais e criativas”, como salienta Silva (2012, p.69).

No que toca a Portugal, o crescimento do jornalismo cultural, tal como aconteceu nos restantes centros urbanos, deu-se com o fortalecimento dos “estados nacionais e o surgimento do público e demanda por produtos culturais” (Lopez e Freire, 2007, p.4). Gadini (2003b) ressalva ainda que, em Lisboa, tudo despoletou a partir do ano de 1755.

2.3. UMA TRAJETÓRIA: DA CRIAÇÃO CULTURAL AO JORNALISMO ESPECIALIZADO

E como não poderia deixar de ser, também o jornalismo cultural sofre por tentar encontrar uma única definição concreta e singular, desde logo, porque todo o seu trabalho gira em torno do conceito de “cultura”, visto por alguns autores como um conceito particularmente difícil de definir. De um modo geral, a definição de jornalismo cultural acompanhou não só a evolução da definição de cultura, como a dificuldade de definição. Para além disso, o jornalismo cultural corresponde a uma área do jornalismo, tal como acontece com o jornalismo económico, político ou de investigação. Robert (2018, p.5) acredita também nesta dificuldade em se conseguir uma definição completa e concisa para este termo, “O jornalismo cultural apresenta o mesmo problema que a cultura no que toca à sua definição concreta. É tema de vários estudos e é também objeto de grande evolução.”

Na realidade podíamos mesmo limitar-nos e definir jornalismo cultural como a área da comunicação responsável pelo tratamento de assuntos culturais, como o cinema, a música, o teatro, as artes, entre outros. Não, de facto não está incorreto. Contudo, concluo que esteja bastante incompleto para o propósito desta análise. Seria interessante mergulharmos mais a fundo neste conceito. Na perspetiva de Robert (2018, p.5),

“Nas últimas duas décadas assistiu-se a mudanças profundas na prática deste jornalismo com a entrada na era digital, criando duas fações: uma que acredita que o jornalismo cultural se encontra em decadência e outra que, pelo contrário, defende que está em expansão.”

A autora aprofunda o seu conhecimento sobre jornalismo cultural e acaba mesmo por afirmar que este, tal como acontece com o jornalismo desportivo, ou económico, corresponde a uma especialização do jornalismo, cobrindo um vasto leque relativo às temáticas que lhe dizem respeito, nomeadamente as culturais.

Relativamente a Portugal e aos seus estudos na área do jornalismo são vários os nomes que ressaltam na área do jornalismo cultural. Dora Santos Silva (2015), investigadora

portuguesa especializada nesta área, numa das suas obras, apresenta-nos assim a sua tentativa de, de uma forma mais abrangente, explicar o que é o jornalismo cultural,

“Já que o seu objeto é a cultura, o jornalismo cultural é igualmente um conceito complexo, multidimensional e em evolução. Como resultado das escolhas editoriais, pode-se focar em manifestações artísticas, o processo da cultura, assuntos culturais e antropológicos, infraestruturas e bens culturais, lifestyle e qualidade de vida, entretenimento e lazer, criatividade e inovação. Portanto, o jornalismo cultural cobre potencialmente todas as dimensões da cultura: como objeto artístico e criativo, como um processo, como uma manifestação ou modo de vida da sociedade, como um bem tangível ou intangível, sempre ligado ao seu valor dentro da sociedade a cada momento, com diferentes géneros e tratamentos editoriais. O jornalismo cultural é em si uma prática cultural.”, (2015, p.309).

Tendo por base esta possível definição de Silva, Sobreira (2019) conclui por sua vez que o jornalismo cultural é “uma área do jornalismo que engloba várias questões e tópicos referentes à cultura e os leva até ao público de forma a informá-lo.”, (2019, p.23).

Mesquita (2001) acredita que o tratamento da informação no jornalismo cultural deve ter sempre em conta duas perspetivas em simultâneo, “de forma diferenciada e autónoma, com programas específicos, mas também com participações avulsas e fragmentárias integradas no todo informativo”. O autor vai mais longe e fomenta esta sua ideia declarando que,

“A coexistência das duas dimensões – permito-me acrescentar – é essencial, a fim de garantir, simultaneamente, o tratamento aprofundado das temáticas culturais, mas também que estas não fiquem confinadas a um gueto. A especialização no domínio do ‘jornalismo cultural’ é necessária (...) tanto mais que a informação especializada deve ser ‘divulgação contextualizada’, sem se confundir com uma ‘vulgarização’ que signifique ausência de rigor e caricatura do saber, a reboque das estratégias e dos interesses do ‘marketing’ cultural”, (Mesquita, 2001).

Bourdieu (1993) explica ser fulcral a definição de qual o papel do jornalismo cultural na sociedade, uma vez que este possui uma dupla essência, que deambula entre o jornalismo e o estético, de forma, assim, a promover a informação necessária. Silva (2012, p.70) agrega numa possível definição de jornalismo cultural as ideias de Mesquita e Bourdieu. Nesse sentido a mesma apresenta o jornalismo cultural como sendo “aquele que tem na sua essência práticas, bens ou perspetivas culturais. (...) tem um tipo específico de cobertura, lógicas diferenciadas, especificidades linguísticas e, naturalmente, uma amplitude temática.” (Silva, 2012, p.70)

Para Dora Santos Silva (2012, p.71) “o jornalismo cultural submete-se paralelamente às práticas do jornalismo geral que conjuga com especificidades próprias do jornalismo especializado, e, ainda, do cultural”. Belanciano (2010) partilha da mesma opinião da autora e acrescenta que “o que torna específico o jornalismo cultural na atualidade? O seu cunho reflexivo, analítico, crítico. Nos espaços de economia, política ou sociedade temos as práticas. O jornalismo cultural deve refletir sobre estas práticas. Traduzir, de forma simples, realidades complexas”. Assim sendo, ambos os estudiosos acreditam que, quer seja política, economia ou até mesmo informação sobre a sociedade, qualquer temática pode ser tratada a partir de uma perspetiva cultural.

Estas definições propostas por Silva remetem-nos também para uma outra, mais concisa de jornalismo cultural, apresentada por Nete Kristensen (2010, p. 69), que declara que atualmente esta vertente da informação tem “de ser interpretado como um continuum entre cultura, lifestyle e consumo”. Existe mesmo quem vá mais longe e defina o próprio jornalismo como um fenómeno cultural “pelas suas origens, objetivos e procedimentos”, Rivera (1995). Contudo, para o autor, o jornalismo cultural em si não passa de uma especificação de temáticas e signos que por estes são abordados, ou seja, neste ramo do jornalismo dá-se mais valor à parte criativa.

Já algumas definições foram aqui apresentadas, mas é também importante mencionar a proposta de Miranda (2005, p.80), que de certa forma foge um pouco às anteriores apresentadas pelos estudiosos acima. Na sua visão diferente, Miranda (2005, p.80) designa o jornalismo cultural como uma área com variáveis que o influenciam diretamente,

“Uma área de especialização que se realiza sob as mesmas circunstâncias do jornalismo geral e é influenciado por todos os momentos políticos e económicos do país. Ele expressa tanto uma visão crítica, discutindo questões em pauta na atualidade, quanto opiniões ou conteúdos tradicionalmente identificados com o status quo das sociedades onde emerge.”

Nesta sua proposta, o autor sublinha uma daquelas que é considerada, uma das mais importantes ferramentas do jornalismo cultural, a crítica, um texto escrito por jornalistas

que tem como principal função atribuir um juízo de valor a um objeto sob análise. Na realidade é a crítica que coloca o jornalismo cultural num patamar diferente das restantes áreas do jornalismo. Como Cunha (2004, p. 96) declara, o crítico não é um repórter que escreve uma notícia sobre o objeto, ele não tem a tarefa de reportar factos nem notícia acontecimentos. Para Júdice (2004, p.96), “O crítico descreve, interpreta e avalia”. O jornalista deve assim ser capaz de compreender qual é o seu papel social nesta área. Desde logo, uma máxima que transgride as diferentes áreas do jornalismo é o facto de o jornalista saber que é responsável pela pesquisa, entrevista, apuração dos fatos e criação de uma peça concisa e clara, que não gere segundas leituras. O mesmo acontece no que toca à cultura. Aos olhos de Melo (2010, p.8) o jornalista deve ter sensibilidade para compreender a obra cultural em questão, sendo capaz de revelar de forma clara, as complexidades da mesma. Para a jornalista um bom mediador é aquele que “não se sente intimidado ante a complexidade do acontecimento ou a autoridade e celebridade da pessoa em foco”, (Melo, 2010, p.9).

Mas Miranda não se encontra sozinha nesta sua proposta. De certa forma, também Melo (2010) complementa esta ideia afirmando que o jornalismo cultural deve investigar o impacto das obras na sociedade, devendo optar por uma postura mais crítica e não pela simples divulgação. Quem também defende este parecer é o jornalista Piza (2003), que considera a submissão à agenda de eventos um dos maiores desafios do jornalismo cultural, desde logo, porque nos períodos que antecedem a apresentação das obras culturais, e durante o seu lançamento, realizam-se inúmeras críticas e notícias. O mesmo utiliza o seu espaço para criticar o jornalismo cultural atual, apontando para o facto de após o lançamento da agenda não existir nenhuma reflexão relativa ao impacto das obras na sociedade, algo que o jornalismo cultural deveria trabalhar.

Como mencionado previamente, a dificuldade em definir jornalismo cultural também advém da dificuldade em se definir cultura, uma vez que ambos partilham certas características que os tornam complexos. Assim sendo, tal como acontece com a cultura, também o jornalismo cultural não se limita a cobrir o carácter clássico do conceito, ligado às artes e costumes, mas também, o carácter antropológico, onde entram temáticas ligadas às capacidades do Homem enquanto membro ativo numa sociedade. Aos olhos de Robert

(2018) o jornalista cultural deve assim ter a capacidade de apresentar um “posicionamento reflexivo sobre as práticas sociais enquanto reflete sobre as práticas culturais”. No que toca à vertente das artes, o jornalista deve desempenhar o papel de intermediário entre os artistas e público, apresentando os objetos culturais, bem como o contexto em que estes se inserem.

Já Anchieta de Melo (2010, p.5) acredita que o confere ao jornalismo cultural a sua singularidade e cariz essencial na formação das sociedades, são duas características, a necessidade de democratizar o conhecimento e o seu carácter reflexivo. Como a autora aponta, isto acontece porque o jornalismo cultural nasceu com o intuito de aproximar o maior número de pessoas ao conhecimento, evitando a sua exclusividade às elites. Para Melo (2010, p.9) esta área da comunicação acaba por assumir uma vertente poética, desde logo, porque cumpre conjuntamente uma função informativa e poética na vida dos sujeitos, na vida dos leitores. Nesse sentido, o jornalismo cultural tem a função de dar a conhecer obras culturais, simplificando-as aos seus leitores, abordando-as em sua complexidade, sem que, com isso, as vulgarizem, ou seja, tem a função de redigir uma crítica que apresente o objeto em análise à audiência, utilizando a argumentação como meio de persuasão do auditório. Os jornalistas devem assim, não só, reforçarem-se de conhecimento, como também, serem dotados de uma sensibilidade com capacidade reflexiva e crítica para trabalhar estas obras e artistas, caso contrário, como alerta Melo (2010, p.11), correm o risco de “simplificar e amputar a força”. Para ela “Uma boa representação do real é aquela capaz de transportar o sujeito para o fato, revivê-lo para ter dele a maior aproximação possível”, (Melo, 2010, p.11). Também Robert (2018) acredita nesta ideia, explicando que o jornalista deve ser dotado de capacidade reflexiva “sobre práticas sociais enquanto reflete sobre práticas culturais”, (Robert, 2018). Silva (2011, p.113) acrescenta ainda que ao proporcionar este livre acesso à informação cultural, o próprio jornalista desempenha um papel democrático.

Relativamente ao carácter reflexivo, e segundo Melo (2010), este deriva da origem do próprio jornalismo cultural, uma vez que se encontra ligado à crítica. Silva (2012, p.72) partilha da mesma opinião e defende que “o jornalismo cultural deve levar à reflexão por parte do leitor não apenas da obra em questão, mas também sobre o contexto em que esta

se insere”. À vista disso é possível concluir que é a característica reflexiva do jornalismo cultural que o distingue das restantes áreas editoriais, predominando aqui géneros jornalísticos como a crítica, a crónica, bem como a resenha.

Outra característica importante a ser ressaltada no jornalismo cultural é a sua dimensão performativa, muito relacionada com a capacidade de gerar uma ação na audiência. Este traço, segundo a visão de Lourenço (2016, p.23) apresenta-se como distintivo. Já Faro (2012, p.194) acredita que o caráter performativo do jornalismo cultural foi quem “compôs ao longo da história do género, a expectativa do público, já que esse elemento distintivo ao qual a audiência recorria para se informar, selecionar e classificar, em torno de critérios especializados da crítica, a variedade aparentemente desordenada dos factos sobre o qual o género realiza a sua produção”. Apesar disto, Silva (2014, p.39) defende que a dimensão performativa do jornalismo cultural se encontra interligada a uma lógica de consumo, prestação de serviços e lifestyle.

Neste sentido, o jornalismo cultural funciona como um intermediário entre a cultura/ arte e o público e, Rivera (1995), explica que assim sendo, é necessário compreender que a noção de crítica se encontra agregada a esta prática. Para o autor a crítica “numa visão clássica, necessariamente redutiva, propõe-se a resumir o sentido da obra e a estabelecer um juízo de valor sobre ela”. Esta prática apresenta como objetivo a exposição do objeto em análise ao público, suscitando-lhe a curiosidade por o descobrir, através da sua contextualização e análise de valor. Contudo, Robert (2018) ressalva que atualmente a crítica das artes tem vindo a cair em desuso, muito por causa do surgimento das redes sociais, que leva os seus utilizadores a procurarem por artes mais interativas.

O jornalismo cultural apresenta a crítica como um dos textos mais relevantes no seu programa informativo. Torna-se assim de extrema importância debruçarmo-nos sobre a questão da crítica, tentando concluir para que é que esta serve, como é que é redigida e qual o seu papel no jornalismo cultural.

CAPÍTULO III – RELEVÂNCIA E VALOR DA CRÍTICA

É tanto ó quanto do dito conhecimento geral a existência da crítica como ferramenta de trabalho na vertente do jornalismo cultural. Contudo, surge a necessidade de entender qual a sua função neste ramo, bem como qual a sua verdadeira importância. Noutras palavras, a questão mór que se eleva é esta: qual é o papel da crítica na cultura? Apesar disso, gostaria de reformular a questão, aumentando assim a sua pertinência para a minha área de estudos: “qual é a importância da crítica no jornalismo atual?”

3.1. A CRÍTICA COMO GÊNERO JORNALÍSTICO E LITERÁRIO

Primeiramente, é necessário compreender o que é a crítica, em que é que ela consiste, para depois sim, conseguirmos percorrer todo o seu esqueleto. Nuno Júdice (2010, p. 11) apresenta-nos a crítica como sendo algo exercido sobre um objeto, que não existiria sem esta. O autor na sua obra vai mais longe declarando que, “Esse objeto é o texto- e esse texto é o texto literário, em particular”. Noutras palavras, a crítica nasce assim de uma relação dependente entre o texto e o crítico que o vai analisar. Júdice (2010, p.11) complementa a sua própria ideia acrescentando que sem esta relação não existe necessidade de se pensar em crítica.

Se quisermos iniciar a procura da definição de crítica pela questão etimológica, devemos compreender que a palavra crítica remete para o sentido de separação, implicando assim,

a representação de uma operação de um juízo de valor sobre o objeto em análise, tudo isto através de uma argumentação fundamentada e justificada. À vista disto nunca poderíamos ficar por aqui, uma vez que, nem sempre é isto que se passa. É deveras comum lermos uma crítica num jornal que se abstém de qualquer juízo de valor, pelo contrário, opta, como Cunha (2004, p.87) nos explica, por uma descrição factual exaustiva da narrativa, apresentando muita informação sobre o contexto do objeto cultural. Por vezes, também encontramos alguns textos que “propõem uma interpretação da obra e isto sobre os mais variados critérios cuja história seria interessante aliás interessante analisar”, (Cunha, 2004, p.87). Contudo, o grande objetivo destes textos é desvendar a significação, a verdade da obra. É então aqui, neste ponto, que surge a mesma questão que a Tito Cardoso e Cunha. Podemos então dizer que a crítica apresenta três funções, sendo elas o valor, o significado e o contexto? Serão somente estas as suas funções?

Chamemos Habermas para a discussão e a sua análise da *Esfera pública literária*. Nos seus trabalhos, o autor apresenta-nos a crítica como um “árbitro das artes”, ou seja, um porta-voz. O discurso crítico é composto por juízos, opiniões e apreciações, de um público coletivo, estável, e “reunido pelo interesse comum no género e não abdicando de um juízo de gosto, do direito a julgar”, (Cunha, 2004, p.88).

Roland Barthes na sua obra “Ensaio Crítico” (1964, p.292) também trabalhou esta questão da crítica. Para o escritor a crítica deve incluir um discurso implícito sobre si mesma, representando assim uma atividade, uma “sequência de atos intelectuais profundamente comprometidos na existência histórica e subjetiva daquele que os realiza, isto é, os assume”, (1964, p.292). Barthes (1964, p. 295) acrescenta ainda que no cerne da obra crítica dá-se início ao diálogo simultâneo entre duas histórias e duas subjetividades, as do autor e as do crítico. Assim sendo, a crítica, como o autor ressalva no desfecho de um dos capítulos que compõem a sua obra, “não é uma «homenagem» à verdade do passado, ou à verdade do «outro», é a construção do inteligível do nosso tempo”.

Júdice (2010, p. 17) vai ao encontro destas perspetivas explicando de uma forma mais simples, mas nada desfalcada, o que é a crítica na sua visão. Para o autor é importante ressaltar que a crítica jamais tem a função de substituir o autor do objeto em análise, desde logo porque, esta não pode dizer algo que o autor não disse, nem quis dizer. Para Júdice (2010) o lugar do crítico é o mesmo que o do leitor. É nesta posição que o crítico procura responder às questões que o objeto em análise levanta. Pode-se então dizer que a crítica é feita para servir os comuns leitores e responder às questões que uma leitura superficial não conseguirá responder. Se o leitor conseguir encontrar pelo menos uma resposta às interrogações levantadas pela obra através da leitura do texto crítico, então, como Júdice (2010, p.18) explica, pode-se dizer que a crítica teve sucesso. Contudo, caso o leitor não encontre nenhuma resposta neste texto, ou se ficar ainda mais confuso após a sua leitura, então pode-se e deve-se concluir que a crítica falhou, pois, a sua função é servir o leitor, e não criar uma nova obra. Assim sendo, e seguindo as palavras de Júdice (2010, p.15), o grande objetivo da “crítica é mudar ou enriquecer o olhar do leitor perante o livro”.

Mas embora esta possa ser considerada a grande função da crítica, T.S Eliot, (cit in. Júdice, 2010, p.95) ressalva a importância da questão «interpretação» no texto crítico, até porque o texto crítico não surge da imaginação ou criatividade, ele não é uma criação do crítico. A crítica deve sim passar pela interpretação do objeto em análise para iluminar o leitor de aspetos que lhe possam passar despercebidos.

Já se falou algumas vezes do objeto de análise da crítica ao longo deste texto, contudo, ainda não se o definiu, e para avançar para o resto do corpo da crítica é necessário entendê-lo. É preciso compreender à partida que o objeto da literatura e da crítica são diferentes. Roland Barthes (1964, p.292) explica que, enquanto que “o mundo existe a literatura fala”, no caso do texto crítico o mundo não interessa, o que importa é o discurso, este sim é o seu objeto. O autor explica que a crítica é um discurso sobre outro discurso, ou seja, “é uma linguagem segunda, ou metalinguagem, que se exerce sobre uma linguagem primeira”, criando assim esta relação de linguagem-objeto.

Todavia a crítica pode-se subdividir, aos olhos de Barthes (1964, p.281), em duas grandes categorias, a universitária e a de interpretação. Objetivamente temos, a universitária que pratica um método positivista herdado de Lanson, apresentando-se como objetiva, e a crítica de interpretação, com representantes diversos que apresentam como ponto comum a abordagem literária, que pode ser ligada a ideologias como o existencialismo, marxismo, psicanálise, psicanálise e fenomenologia, sendo por isso também conhecida como a crítica ideológica. Ambas são diferentes, contudo, o grande ponto díspar é que, como Barthes (1964, p.282) ressalva, a crítica positivista procura pelos factos e deixa um caminho livre para a outra crítica os poder interpretar, os fazer significar. Contudo tudo isto não passa de uma utopia, uma vez que, na prática, não existe esta divisão do trabalho, mas antes uma concorrência de duas ideologias.

Júdice (2010, p.94) apresenta uma outra divisão da crítica. Para o autor surgiu a necessidade de distinguir, de criar domínios diferentes para a crítica como acto de leitura individual e a crítica académica. Na crítica praticada na imprensa existe um recurso a critérios objetivos que, entre diversos aspetos, procuram fomentar e fundamentar o gosto. Já no espaço académico, o sujeito crítico é posto de lado, sendo que “o discurso utilizado de forma abstrata e distante do que se chama uma «posição» pessoal perante o objeto”, (Júdice, 2010, p.94).

É evidente que a crítica tem um lugar e uma função a ser cumprida até mesmo jornalisticamente. Porém, mesmo no contexto jornalístico, a crítica é um género distinto de todos os outros, desde logo porque esta trabalha com juízos de valor, que implicam palavras como “bom” e “mau”. Um texto crítico não segue as regras dos demais géneros jornalísticos, este apresenta as suas próprias ferramentas de trabalho, que colocam o seu autor em um outro patamar. O carácter reflexivo do jornalismo cultural, apontado por Melo (2010), leva ao surgimento da crítica enquanto género de excelência nesta área. Silva (2012, p.77) explica que isto acontece devido à “sua carga histórica e à fértil tradição que continua a ter nos media, em especial nos periódicos semanais”. Silva declara que,

“A crítica envolve um conhecimento profundo das obras e dos seus autores, e uma reflexão sobre os seus conteúdos, de modo a ser feito um juízo de valor. É também a responsável por uma relação conflituosa entre jornalistas e especialistas culturais não-jornalistas que são apontados como mais

capazes do que os primeiros para analisar determinadas obras.”, (2012, p.77).

Piza (2003) opta assim por estabelecer quatro requisitos relativamente à crítica. Primeiramente o autor define como características essenciais, a construção de um bom texto, que para tal deve ter em conta aspetos como a clareza, a coerência e a agilidade. O segundo requisito é a necessidade de ser capaz de informar o leitor sobre aspetos da obra, contexto histórico e o autor da mesma. Em terceiro lugar temos a capacidade da crítica analisar a obra de forma sintética. Por último, e o quarto requisito, temos a necessidade de “ir além do objeto analisado, de usá-lo para uma leitura de algum aspeto da realidade, de ser ele mesmo, o crítico, um autor, um intérprete do mundo” (Piza, 2003, p.70). Silva (2014, p.42) vê estas especificidades como aquelas que colocam a crítica no domínio de um especialista e nunca de um jornalista, desde logo porque o crítico apresenta a sua própria linguagem. Apesar disto, Piza (2003, p.12) salienta que a imprensa cultural deve manter “o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe”. Lourenço (2016, p.23) conclui mesmo que a crítica se apresenta como fator identitário do jornalismo cultural.

A crítica é, portanto, o texto cultural responsável por de uma forma fácil, cativante e inteligente, sem ser simplória, contextualizar e desmistificar os segredos e duplos sentidos do objeto em análise, fomentando a curiosidade do público e esclarecendo possíveis dúvidas, levando assim a audiência a uma estada de indivíduo pensante.

Assim sendo, embora neste momento já tenhamos uma ideia geral do que é a crítica, não podemos deixar de explorar o conceito de crítico. É necessário compreender qual o seu papel para entender um pouco mais do texto crítico. Afinal qual é o lugar do crítico?

3.2. A ARTE DO CRÍTICO

Toda a arte se faz a partir do artista, sendo que, em nenhuma circunstância, este deve ser desvalorizado em prol do que produz. Não existe arte sem artista, não existe objeto sem criador, são dependentes um do outro. Também no caso da crítica o papel do profissional, o crítico, deve ser avaliado e considerado. Afinal qual é o lugar do crítico? Qual é a sua função?

É uma definição complicada de se construir, desde logo porque, o crítico partilha espaço com o comum leitor, que tal como Júdice explica (2010, p. 12), pega numa obra literária e procura ir além das duas reações que uma leitura pode provocar, adesão ou repúdio, de onde irá nascer a primeira relação entre leitor/autor. Nunca podemos esquecer que o próprio crítico antes de assumir esta posição, passa sempre inicialmente pela posição de leitor. Apesar disso, é importante salientar a necessidade de o crítico ser capaz de ir além da denominada reação primária, apresentada pelo autor como «acrítica». Para o autor a «acrítica» corresponde a uma leitura superficial que tem como principal função despertar sentimentos. Júdice (2010) acredita que o crítico deve ser capaz de ultrapassar a fase afetiva para assim conseguir alcançar “uma inteligência do ato da leitura, que responde a estas questões: por que é que esta obra suscita o prazer da leitura? Ou: por que é que a obra afasta o leitor?”. É através destas duas perguntas que o crítico dá início à viagem de construção da sua obra crítica. Nesse sentido, o crítico tem a tarefa de ajudar os leitores a compreender os mecanismos que o autor do objeto em análise utilizou, que levam o leitor a entrar ou se afastar da obra.

Qual é então a função do crítico? Segundo a visão de Júdice (2010, p.13) o crítico tem a função de ser «inteligente», ou seja, de servir de meio de compreensão da obra para o leitor, abrindo-lhe assim as portas para um novo mundo do conhecimento e cultura. Como o autor explica, tudo isto se encontra diretamente relacionado com um projeto de esclarecimento e iluminação. Contudo, é importante ressaltar que o crítico não deve transbordar estas barreiras, a não que aspire tornar-se um teórico ou um criador, abandonando, por conseguinte, o seu papel de crítico. Por outras palavras, como Júdice (2010, p. 14) destaca, a crítica só existe pela obra, sendo que o crítico nunca deve tentar

destruí-la. Barthes (1978, p.60) vai ao encontro desta ideia quando afirma que o crítico não tem a função de traduzir a obra, mas sim de torná-la mais clara para a audiência, visto não existir nada mais claro do que a obra em si. O que o crítico deve ser capaz de fazer é “gerar um certo sentido, derivando-o de uma forma que é a obra”, (Barthes, 1978, p.60). Somando a estas capacidades, aos olhos do autor, o crítico, deve ainda, ser capaz de cobrir a obra através da sua própria linguagem. Mas não fiquemos só por estes dois. Também Cunha (1999) na sua obra fortalece esta ideia ao afirmar que “irá o crítico, tendo um discurso que, em vez de desvelar envolve o objeto fílmico e lhe dá os contornos de visibilidade a que o público se atém”.

Na visão habermasiana da esfera pública literária, (Habermas, 1984, p.56), o crítico, enquanto «árbitro das artes», apresenta a função de pedagogo, ou seja, este deve ser capaz de ensinar a ver, informar sobre o vislumbra, e contextualizar. Noutras palavras este deve ser dotado de capacidades que o permitam levar o leitor a interrogar-se sobre as questões pertinentes por detrás do objeto em análise. Porém, o crítico não deixa de ser um espectador. Na realidade, como Cunha (2004, p.91) explica, ele é o primeiro entre eles. É o primeiro a visualizar o objeto, sendo que hoje em dia é quase o único que fala dele. O crítico, segundo Bordwell (1989, p.204), é a pessoa que após a visualização do objeto, após uma análise cuidada, expõem as interpretações da linguagem.

O verdadeiro papel do crítico começa a desvendar-se, portanto é necessário compreender que a leitura que o crítico faz da obra em análise não tem que ser necessariamente a mesma que a do autor do objeto. Nesse sentido, frases como «o crítico não entendeu nada da obra» não são necessariamente verdadeiras. Cada leitor faz a sua leitura e interpretação da obra, e isso não leva necessariamente a erros, desde logo porque, fatores como a subjetividade têm que ser levados em conta. Na visão do autor Júdice (2010, p.15) a objetividade é um mito quando falamos da relação entre o livro e o crítico, uma vez que, nesta suposta relação existe um confronto de subjetividades, subjetividades estas que, como T.S. Eliot explica no seu artigo, “A função da Crítica” de 1923, (Cit In.Júdice, 2010, p.95), acontecem devido à importância da interpretação do crítico. O crítico não é um criador, ele antes põe o leitor “na posse de factos que, de outro modo, lhe teriam escapado”, (Richards, 1995, p.48).

Contudo não é errado questionarmo-nos, então e o plano de distanciamento em que o crítico se deve manter? A verdade é que quando o crítico entra neste combate de subjetividades, é quando consegue finalmente ingressa no universo do livro, conseguindo assim, introduzir-se na categoria estimativa da obra. Nuno Júdice (2010) ressalva que o que está em questão é um critério de «qualidade» “como aferidor do discurso crítico”. Para ele a qualidade é um índice tão subjetivo como aleatório, estando totalmente dependente de fatores como a opinião dominante em determinado instante histórico. Por conseguinte a questão de qualidade está dependente de fatores como alteração e evolução cultural. O que hoje é de qualidade daqui a 20 anos poderá já não ser. Os gostos, as opiniões, as épocas, tudo afeta o tempo de vida de uma crítica. Derivado a isto, é de fácil conclusão que a crítica é efémera, ela desatualiza-se. O tempo será sempre um dos grandes fatores de autoridade em questões de críticas.

Um outro aspeto importante no trabalho do crítico, como entende Eduardo Paz Barroso (2002, p.13), é o procedimento da escolha. O crítico é assim “alguém que assume uma preferência, justificando-a no plano argumentativo e avaliando-a no domínio estético”. É de fácil aceitação que o crítico não pode analisar todos os objetos, sendo que, para facilitar o seu trabalho de escolha, existem diversos fatores que tornam certas obras mais propícias a crítica do que outras, como desigualdades em termos de sucesso, afluência do público, prémios e nomeações obtidas, bem como, em termos artísticos. É por estas razões que os objetos em análise não são todos dignos da mesma atenção e interesse por parte do crítico. Como Barroso acrescenta, “não possuem todos a mesma importância cultural”, (2002, p.13).

Hoje em dia, a crítica tem que necessariamente apresentar um juízo de valor. O crítico tem que ser capaz de produzir uma avaliação denominada “justa” sobre o seu objeto em análise, sendo que, cada vez mais, se reduz esta avaliação à apresentação de meros ícones, meras estrelas e bolinhas, que podem ir numa escala de 0-5, ou de 0-10, consoante os jornais ou revistas para onde a crítica é produzida. Atualmente, o crítico pouco espaço, ou quase nenhum, tem para justificar esta sua quantificação. As estrelinhas falam por si. Para os leitores cada vez mais cansados da leitura, as estrelas são suficientes para

satisfazer as suas necessidades. Mesmo quando falamos da função do crítico jornalisticamente devemos compreender que o facto de este ser “obrigado” a utilizar palavras quantificadoras como «bom», ou «mau», o coloca num patamar diferente dos restantes jornalistas. Como Cunha (2004, p. 96) declara, o crítico não é um repórter que escreve uma notícia sobre o objeto. Ele não tem a tarefa de reportar factos nem noticia acontecimentos. “O crítico descreve, interpreta, e avalia”, (Júdice, 2004, p.96).

O crítico é umas das variáveis chaves para o sucesso de uma crítica. É importantíssimo que o mesmo seja dotado das características acima descritas para assim, através do que redige, conseguir cumprir a sua função de elo de ligação entre o objeto em análise e o público. Mas o crítico sozinho não consegue alcançar o sucesso, ele precisa de uma ferramenta indispensável na própria crítica, a argumentação.

3.3. ARGUMENTAÇÃO E DISCURSO CRÍTICO

Que a crítica é feita para o público não existem dúvidas. Agora, como é que o crítico consegue cumprir as suas funções enquanto pedagogo, ainda é algo que gera algumas questões. É de fácil compreensão que quando o crítico se dirige a um auditório o seu principal objetivo é persuadir a audiência, captar a sua atenção, através de uma pré-seleção de premissas que compõem o seu discurso. Cunha (1999, p.290) defende que todas as pessoas que se encontram no auditório podem ser influenciadas pelos argumentos que compõem o discurso do crítico. Então, será que podemos livremente concluir que a argumentação é a grande *arma* do crítico?

Sem dúvida que um bom discurso persuasivo deve apresentar argumentos fortes e cativantes. Nesse sentido, o crítico deve sim dominar a argumentação e saber usá-la a seu favor. Contudo, o que é então a argumentação? É um simples conjunto de premissas que fundamentam a minha ideia, a minha opinião?

Quando falamos de argumentação temos que inevitavelmente falar da retórica enquanto teoria da argumentação. Embora nos dias que correm este termo apresente um caráter pejorativo, um conjunto de palavras com função meramente ornamental, a verdade é que, em tempos passados, era vista como a essência da linguagem. O termo remonta aos gregos e nos seus primórdios representava a atividade discursiva com a finalidade da persuasão, sendo por isso, considerada uma teoria de argumentação. Para eles a retórica é vista como a arte da persuasão através da palavra. Neste sentido é de fácil compreensão que o seu surgimento ocorreu em condições histórico-culturais muito peculiares, condições estas que Habermas definiu como “esfera pública grega”. A existência de uma democracia era algo fundamental para o surgimento da retórica, algo que só foi possível no espaço público grego. Quando no espaço público não há lugar para a retórica, o que reina é o mito. Perelman (1993) redescobre contemporaneamente a retórica e propõem-se a reavalia-la, de modo a fundar a sua reabilitação, tentando assim restaurar a sua completude inicial.

Tradicionalmente a retórica, enquanto teoria da argumentação, apresentava três funcionalidades, apresentadas por Cunha (2004, p.16) como sendo a “Docere”, ensinar e informar, “Movere”, mover os sentimentos, e “Delectare”, encantar e seduzir. Apesar disso, e tendo por base estas três funções, é necessário também realçar que a retórica se pode subdividir em duas vertentes, a retórica psicológica, que atua essencialmente pela «co-moção», pela sedução irracional, “utilizando a eficácia simbólica da palavra”, (Cunha, 2004, p. 16), e a retórica demonstrativa, que atua por meio de provas. Assim sendo torna-se importante salientar que a retórica não é a verdade, mas sim uma aproximação à mesma. Perelman (1993) fomenta esta ideia afirmando que a deliberação e a argumentação excluem por definição a necessidade e a evidência, não deliberando “quando a solução é necessária do mesmo modo que não argumenta contra a evidência”. Ou seja, por outras palavras, e segundo a visão de Cunha (2004, p.17), a teoria da argumentação não pode admitir que toda a prova seja reduzida à evidência, caso contrário entraríamos no paradoxo onde “toda a prova seria redução à evidência e o que é evidente não teria necessidade de prova”, (Perelman, 1988, p. 5), o que inevitavelmente exclui a deliberação dialógica. Posto isto, podemos concluir que a deliberação e a evidência assumem papéis quase distintos no universo da retórica.

Mas afinal qual é o objetivo da retórica? Segundo Cunha (2004, p. 17), a principal função desta é compreender os mecanismos do pensamento argumentativo, uma vez que, todo o discurso se desenvolve em função de um auditório. Assim sendo, a retórica ocupa-se dos meios discursivos, de persuadir e convencer, “inventariando as suas técnicas argumentativas bem como os seus pontos de partida”, nos lugares de discurso. Contrariamente às artes, como a pintura, que se pode cumprir no silêncio, toda a arte da retórica opera através das palavras, procurando atingir todos os seus objetivos através das mesmas.

Uma das principais características da retórica é a sua intencionalidade, que ainda, contemporaneamente, se encontra presente. Todo o discurso persuasivo tem um público alvo que exige uma adaptação do discurso apresentado. Neste correr de ideias o orador deve deter conhecimentos sobre o auditório em causa, procurando saber as suas crenças e convicções. Aos olhos de Cunha (2004, p.35) é necessário que haja um sentido de oportunidade relativamente ao auditório que se lhe apresenta. Também para Perelman (1988, p.25) a noção de auditório é algo fundamental quando falamos de retórica. Para o autor, o auditório é um “conjunto de todos aqueles que o orador quer influenciar pela sua argumentação”. É importante realçar que embora o público seja algo importante na teoria da argumentação, isto não implica que tenha que ser uma audiência fisicamente presente. Como sabemos, cada vez mais os meios de comunicação são exímios em comunicar com o seu auditório sem estar fisicamente presente, existindo assim, aquilo que Cunha (2004, p.35) define como uma universalização dos auditórios. A verdade é que, como Perelman afirma (1988, p.31), é sempre através do auditório que se afere a justeza do argumento, “o importante na argumentação, não é saber o que o orador ele próprio considera como verdadeiro ou como probante, mas qual é a opinião daqueles a quem se dirige”.

A retórica como arte da linguagem da persuasão é o centro da teoria da argumentação, sendo fundamental para qualquer discurso cujo objetivo seja persuadir uma audiência. Nesse sentido, e tendo por base tudo o que se encontra presente neste capítulo, podemos sim afirmar que a retórica, a argumentação, é a arma mais eficaz que um crítico pode ter consigo na elaboração do seu trabalho.

CAPÍTULO IV – A TELEVISÃO

A *caixa mágica*, como passou a ser frequentemente designada, que agrega figuras e personagens lá dentro, revelou-se capaz de, ao longo de décadas, mobilizar massas enormes de pessoas, que se sentavam à sua frente, para ouvir e ver o que esta tinha para lhes dizer/contar.

Como McQuail (2003, p.112) explica o crescimento da televisão, deste novo media que marca a cultura de massas, representou uma fonte de muita teorização relativamente ao grau em que a grande parte da nossa experiência social é exclusivamente mediada através das palavras e imagens que este meio dominante transmite. Giddens (1991, pp. 4-5) suporta esta ideia através do conceito chave "modernidade tardia",

"Na modernidade tardia, a influência de acontecimentos distantes em acontecimentos próximos, e mesmo na própria intimidade, torna-se cada vez mais lugar comum. Obviamente que a este respeito os media, escritos e electrónicos, têm um papel central. A experiência mediada, desde a primeira experiência de escrita, influenciou sempre em simultâneo a identidade pessoal e a organização básica das relações sociais... Com o desenvolvimento da comunicação de massas, a interpenetração do desenvolvimento pessoal e dos sistemas sociais... tornou-se ainda mais pronunciada".

Seguindo os pensamentos de Gerbner (1967) a televisão é então responsável pelos processos de cultivo e de aculturação, onde as audiências são constantemente expostas a

uma visão seletiva da sociedade a que pertencem, o que incontrolavelmente tende a moldar as crenças e valores delas.

Nesse sentido, podemos concluir que a televisão é responsável por influenciar positivamente/ negativamente a cultura, desde logo porque, foi através deste meio que barreiras na transmissão de informação foram diluídas. Temas antes tabus como sexo, morte e ou poder, passaram a estar disponíveis para todos sem qualquer distinção. Conceitos como bastidores acabaram por deixar de fazer sentido, porque até isso começamos a ter acesso com a evolução do meio e das sociedades. A caixa mágica de segredos infindáveis passou a ser a caixa onde as próprias audiências são as estrelas.

Relativamente à história da televisão portuguesa, esta já é longa, contando com mais de metade de um século, mais precisamente com 66 anos de existência. Além do seu cariz informativo e de entretenimento, é também crucial compreender a sua importância como meio de informação das massas, principalmente no que toca à sua função disseminadora de jornalismo cultural. É de ressaltar que nesta questão os canais generalistas portugueses, TVI, SIC e RTP, desempenham um papel muito importante, uma vez que, como o próprio nome indica, na sua génese se comprometem a abranger, de igual forma, todas as diferentes áreas do jornalismo, nomeadamente, e tendo em atenção à área que nos interessa, o jornalismo cultural.

4.1. A RTP2

Quando falamos da RTP2 seria impossível não mencionarmos um pouco da sua história. RTP2, o segundo canal da Rádio e Televisão de Portugal, mais conhecida pela abreviatura RTP, empresa estatal portuguesa de rádio e televisão públicas com sede em Lisboa. Podemos dizer que de alguma forma a história da Rádio e Televisão de Portugal se confunde com a história nacional ao longo das últimas décadas.

Após a grande época dos descobrimentos, Portugal abandona a sua posição de pioneiro nas inovações, passando a ser um seguidor nato das correntes de desenvolvimento que se assumem no exterior. No caso da televisão não é diferente. Os primeiros passos rumo à ideia de televisão tiveram início nos anos 50 do século XX quando se iniciaram os estudos em torno deste objetivo, a implementação televisiva em território nacional. A implementação oficial em Portugal da televisão data assim de 15 de dezembro de 1955, décadas após o início da história da televisão mundial, (Marta Batista, 2016). Contudo, só entre 4 a 30 de setembro de 1956 é que se realizaram as primeiras emissões experimentais da Radiotelevisão Portuguesa, RTP, a partir da feira popular de Lisboa, (Sobral, 2012). A Radiotelevisão Portuguesa surge como uma sociedade anónima onde o estado dividia as ações com outros acionistas, nomeadamente várias emissoras de radiodifusão privadas, bem como algumas instituições bancárias. Nesta primeira época a programação baseava-se em filmes, músicas e revistas filmadas, (Santos, 2007, p. 84). As suas emissões experimentais encontram-se relacionadas com ensaios técnicos e comunicacionais que estão na base do sistema televisivo português. Para além disso, a RTP representava um porta-voz ativo dos ideais do Estado Novo, primeiro durante a governação de Salazar e posteriormente com Marcelo Caetano (Cádima, 1999, p.31).

A partir de 7 março de 1957 as emissões da RTP deixam de ser experimentais e passam a regulares após aprovação de Marcelo Caetano em 1955. É nesta fase que a televisão portuguesa ganha um caráter de instrução e distração, o que leva Eduardo Coelho (2006, p.22) a caracterizá-la como pouco inovadora, ou seja, para o mesmo a televisão portuguesa nesta época limitava-se a emitir a informação e a ficção, sendo fortemente limitada pelo monopólio estatal.

Os finais dos anos 60, como explica Sobral (2012), ficam marcados não só pelo processamento da televisão portuguesa a nível nacional, mas também pelo nascimento de um segundo canal televisivo em território nacional, a 25 de dezembro de 1968, com Marcelo Caetano no poder, também este estatal, a RTP2, sob o nome "2.º Programa". Este novo canal tinha como objetivo uma programação alternativa ao primeiro canal. Contudo, apesar dos esforços, na prática, o segundo canal não passava de uma repetição de conteúdos que tinham sido transmitidos na RTP. Segundo Teves (1998, p.152) "o

espectador começou a habituar-se a ir procurar ao 2º aquilo que lhe tinha escapado no 1º”.

Mais do que isto, como Carvalho (2009, p.30-37) explica, nesta fase o controlo político ainda se fazia sentir, sobretudo a nível da fiscalização da comunicação social, bem como na escolha dos colaboradores e informação. Apesar disso, em 1969 dá-se o surgimento do programa que ficaria na história portuguesa, *Zip-Zip*, que segundo Torres (2011, p. 50), representou uma revolução comunicacional não só pelo formato arrojado, o talk-show humorístico gravado ao vivo, bem como pelo conteúdo atual e inovador que apresentavam. Este programa que tanto marcou a história da televisão portuguesa era assim apresentado por Raul Solnado, Fialho Gouveia e Carlos Cruz, nomes de peso na cultura portuguesa. Nos anos que se seguiram a RTP lançou mais 2 canais em ambas as ilhas, a RTP Madeira 1972 e a RTP Açores em 1975. Em 1974, após o 25 de abril, com a queda do regime totalitário português, o conceito de televisão sofre uma mudança de paradigma. A RTP passa por uma nacionalização, passando a ser um canal público, (Cádima, 1999, p.31)

Tal como aconteceu nos anos 60, os anos 80 ficam, desde logo marcados por grandes avanços televisivos. Entre eles destacam-se o surgimento das primeiras emissões as cores que datam de 7 de março de 1980 e a gravação e transmissão das primeiras telenovelas portuguesas, como é exemplo a pioneira “Vila Faia” de 1982, (Sobral, 2012). Costa (2003), por sua vez, explica que o facto de a primeira novela transmitida em Portugal ter feito tanto sucesso, levou os dois canais portugueses, a RTP e a RTP2, a apostarem na sua emissão. Contudo, foi só nos anos 90 que a RTP adotou uma estratégia comercial mais agressiva tornando-se assim a RTP2 um canal mais focado em potenciar um carácter mais cultural, para uma minoria qualificada de audiência, (Cádima, 2011, p.79). Coincidentemente é também nesta época que a RTP lança mais dois canais, a RTP África e a RTP internacional, com o intuito de chegar a mais gente e de alcançar países de língua oficial portuguesa, ganhando assim mais poder na luta pelas audiências.

No que toca à RTP2 a sua última grande alteração ocorre logo, como explica Borges (2006), em 2002 quando o Estado português procurava privatizar uma das estações da RTP, devido à crise que a estação vivia, mantendo assim um único canal generalista. Numa primeira fase a conhecida RTP2 sofre o processo de privatização, passando a denominar-se de “2”, destinando-se a pessoas mais cultas, sendo então entregue à sociedade civil. Contudo, e tendo por base Borges (2006, p.2), esta foi uma decisão muito controversa, já que aos olhos dos telespectadores o segundo canal era “considerado pela elite cultural como o melhor canal da televisão portuguesa”. Esta parceria com a sociedade civil previa assim uma nova programação que deveria ser baseada nas áreas de cultura, educação e formação, ações sociais, desporto, confissões religiosas e produções audiovisuais nacionais. Tudo decorreria tendo por base uma “gestão económico-financeira autónoma” em torno da autossustentação. Tudo isto resultou numa alteração em torno dos 76% da programação do canal (Borges, 2006).

Assim sendo, e como resultado da parceria, surge a nova RTP2, a denominada “2”, a 5 de dezembro de 2004, agora como canal complementar da generalista RTP1, apresentando como foco da sua programação conteúdos educativos, culturais, sociais e infantis. O seu novo e renovado objetivo era promover o conhecimento e atender às necessidades de um público-alvo minoritário, um público mais exigente e interessado numa programação diferenciada. Como tal, a programação passa a incorporar documentários e magazines onde se abordam temáticas como ciência, artes e natureza. Foi já em 2007 que a “2” volta a ser renomeada como RTP2, nome que o canal mantém até aos dias correntes.

4.2. SIC NOTÍCIAS E TVI24

O primeiro canal e único de televisão portuguesa já estava criado, e como se diz em terras lusas, a “andar sobre rodas”. Contudo a área do jornalismo é progressiva e evolutiva, muito derivado das necessidades das audiências. Torres (2011), sobre um olhar crítico, esclarece o surgimento da necessidade de se investir em outros novos canais que fizessem frente ao monopólio da RTP, canal generalista. Nos anos que se seguiram, enquanto que em Portugal a RTP mantinha a sua supremacia televisiva, pela Europa, já se fazia sentir

a necessidade da criação dos privados, sendo estes vistos como canais capazes de satisfazer as novas necessidades dos telespectadores. Foi então, já na segunda metade da década de oitenta, que os ecos europeus começaram a surgir em Portugal abrindo horizontes para a necessidade da diversificação da oferta televisiva. Tudo isto culminou na segunda revisão constitucional de 1989, que veio permitir o surgimento de canais privados em território nacional, (Cádima, 1999, p.32). Porém foi só na década de 90 que ocorreu um dos maiores marcos na história da televisão portuguesa.

É nesta época que surgem dois novos canais televisivos que revolucionaram o que se compreendia até então como televisão, pondo fim ao monopólio de 35 anos do canal estatal. O primeiro a aventurar-se foi a pioneira privada, a Sociedade Independente da Comunicação (SIC). Segundo Reis (2019, p.9) a mesma iniciou as suas emissões a 6 de outubro de 1992, com o noticiário das 16h30, apresentado pela jornalista Alberta Marques Fernandes, que arrancou com uma notícia sobre a contestação dos alunos ao ministro da Educação, que, à época, era António Couto dos Santos.

Já a segunda estação privada deu os seus primeiros passos quase um ano depois. Com fortes ligações à Igreja Católica, apresentando uma ligação com a Universidade Católica Portuguesa, com a rádio Renascença e com o próprio Santuário de Fátima, surge então a 20 de fevereiro de 1993 a Televisão Independente (TVI), então designada como “Quatro”. Este terceiro canal generalista e segundo privado, segundo Lourenço (2016, p.60), apresenta-se desde cedo como uma estação dedicada à produção de conteúdos informativos e de entretenimento.

Ambas as estações privadas vieram não só revolucionar a maneira de se produzir televisão, mas também, por sua vez, aumentar a oferta televisiva. Para além disso, foi com estes canais que ocorreu uma aproximação do telespectador ao mundo da informação, desde logo porque, com a transmissão do primeiro telejornal a partir das instalações de Carnaxide, por parte da SIC, permitiu aos telespectadores ver a zona de produção de notícias, algo que nunca antes tinha sido feito. Ocorreu uma espécie de desmistificação da magia do jornalismo. Nesta área, também a TVI teve a sua

importância, principalmente anos mais tarde, quando em 2000 realiza o primeiro Reality Show nacional, o “Big Brother”, que como Lopes (2007, p.7) explica, tornava o cidadão comum num protagonista televisivo, implicando a participação ativa do consumidor de televisão.

Em entrevista para a rubrica da SIC “Era Assim” de 2017, Francisco Pinto Balsemão, presidente do Conselho de Administração da SIC, relata um pouco da sua experiência na criação do primeiro canal privado português,

“Foi uma experiência única. Tínhamos transformado um edifício, que era um armazém de bananas, numa televisão e era a primeira televisão privada em Portugal, tínhamos uma responsabilidade redobrada por causa disso e o desafio era bater a televisão do Estado [RTP], o que demorou mais tempo do que eu pensava”.

Nesse mesmo ano, ano em que o canal privado completou 25 anos, desta vez em entrevista à Lusa, Balsemão defendeu que a concorrência foi um fator determinante para a grande mudança no paradigma televisivo e jornalístico,

“Só o facto de haver concorrência obrigou a RTP a melhorar, mas muito além disso foi a novidade e frescura que nós trouxemos, quer do lado da informação, quer do lado do entretenimento”, isto porque “fomos abordar assuntos que não eram abordados, que eram quase tabu”.

É com o surgimento das estações privadas que a programação televisiva, que os generalistas portugueses oferecem, se começa a tornar numa questão de máxima importância, tanto para o comum telespectador, como para os responsáveis pela criação de conteúdos das estações. A luta pelas audiências começa assim a ser fomentada. Contudo, todas estas questões são brutalmente maximizadas com o surgimento da televisão por cabo, que iniciou as suas emissões experimentais em 1994. Esta nova forma de televisão trouxe consigo diversos canais temáticos e especializados que abriram os horizontes aos consumidores. Nesta fase, as audiências passam a ter controlo sobre aquilo que assistem, ganham o poder de escolha, surgindo assim públicos cada vez mais segmentados, (Sobral, 2012). Portugal passa então a ter os famosos canais “pay TV”. É nesta altura que a luta pelas audiências se torna feroz levando os canais generalistas a apostarem numa televisão mais popular, composta, como Cunha explica (2003), por programas portugueses feitos em território nacional e programas feitos através de formatos importados.

Os anos 2000 trazem consigo diversos acontecimentos históricos marcantes, como o ataque às Torres Gémeas que chocou o mundo, ou o primeiro campeonato nacional conquistado pelo Boavista, que de certa forma, também se tornou um feito nacional. Contudo, é também nesta fase que surge uma nova vaga de inovação no que toca à televisão nacional. Em 1998 a Media Capital passa a deter grande parte do capital social da TVI, iniciando-se nesse mesmo ano uma reformulação do canal. Desde logo, este abandona o seu nome de fundação, “quatro”, em prol do atual “TVI”, e pelo qual é mais conhecido atualmente. A estação começa assim a apostar em séries e telenovelas nacionais, bem como em reality shows. Porém, foi através do futebol e dos espaços informativos que o canal, em 2001 se torna líder de audiências em horário nobre, das 20:00 às 23:00, bem como em receitas publicitárias (Ferreira, Reis & Santos, 2011, p. 6). O crescimento continuou a acontecer e é em 2005 que se torna líder de audiências, ano em que, como Cunha & Burnay (2006) mencionam, o grupo espanhol Prisa adquire cerca de 95% do capital do grupo Media Capital, passando a deter a TVI.

Porém, isso não impediu a SIC de lançar o seu segundo canal temático. Em 1999 a PT começou as emissões de um canal de informação, o CNL, Canal de Notícias de Lisboa. Contudo, derivado a diversas adversidades que o mesmo passou, no ano que se seguiu optou por vender 60% do seu capital à Imprensa, grupo detentor da SIC. (Sousa & Silva, 2004). Assim sendo, a 8 de janeiro de 2001, nove anos depois do primeiro noticiário da SIC, surge a SIC Notícias, canal destinado ao público que procura estar sempre informado, um canal especializado na informação nacional e mundial. Cruz (2008, p.20) apresenta a SIC Notícias como um segundo canal desenvolvido especialmente para o cabo, com uma programação feita de programas de informação, oferecendo também “edições especiais e programas temáticos onde a economia, a saúde, as entrevistas, o espetáculo, a moda e o desporto são tratados.”. É só a 27 de fevereiro de 2009 que o canal temático é adquirido na sua totalidade pela Imprensa.

Já a TVI só lançou o seu segundo canal temático em 2009, sendo o terceiro canal português inteiramente dedicado à informação 24 horas. Segundo Lourenço (2016, p.63), as transmissões da TVI24 tiveram início a 26 de fevereiro, porém mantinham

exclusividade com a televisão por cabo Zon TVcabo. Foi só a 1 de setembro de 2010 que a mesma ficou disponível para a MEO. Com o passar dos anos, e embora, tal como acontecia com os canais rivais, mantivesse um público alvo muito específico, a sua programação foi sofrendo modificações. Atualmente apresenta-se como um canal informativo com uma programação composta por espaços que preenchem esta área da informação, intercalada com programas de magazine, cultura e desporto, sendo que este último encontra-se fortemente marcado.

A verdade é que ambas as estações se apresentam como generalistas, e como Wolton (1999, p.107) afirma que a televisão é sim o “media melhor adaptado à heterogeneidade social da sociedade individualista de massas”. Esse é o brilho do meio de comunicação que é habilitado para oferecer ao seu público um variado conjunto de programas capazes de agradar a diversificados públicos. Segundo Wolton (1999, p.108) “a homogeneidade da mensagem não impede a heterogeneidade da receção”, desde logo porque, cada indivíduo pensante terá a sua interpretação da mensagem. Duas pessoas concluem diferentes significados da mesma mensagem.

As estações foram surgindo e o panorama televisivo nacional foi-se adaptando às novas e cada vez mais exigentes necessidades dos públicos. Com todas estas mudanças a função da televisão enquanto meio de comunicação também se foi alterando tornando-se cada vez mais complexa.

4.3. SOBRE O PAPEL CULTURAL E SOCIAL DA TELEVISÃO NA SOCIEDADE

A televisão, juntamente com os restantes meios de comunicação utilizados nas mais vastas áreas do jornalismo, representa, aos olhos de Freixo (2002) e de Fernandes (2001, p.39), a principal “máquina do discurso da atualidade”. Isto porque, de certa forma, a televisão é composta por um cariz de influência, na vida das suas audiências, bastante forte, sendo capaz de, como realça Santos (2016, p.15), afetar “a vida social, cultural e identitária das pessoas, no seio de uma sociedade que assenta cada vez mais numa

modernidade globalizante”. Tudo isto só é possível devido ao desenvolvimento tecnológico que ocorreu, afetando também a própria televisão. Contudo, investigadores como Cruz (2002, p.23), defendem que também a própria sociedade sofreu transformações. O autor afirma que atualmente vivenciamos uma “sociedade de informação”, ou seja, uma sociedade onde cada vez mais os meios de comunicação assumem um papel de protagonistas.

Neste sentido, segundo a perspectiva de Brandão (2008, pp.85-86), a própria televisão assume assim um papel de meio de compreensão temporal e espacial. Tudo isto só é possível porque a mesma é capaz de acompanhar o ritmo da vida social das suas audiências, a par de outros media ou instituições. São estas características que Brandão (2010, p.129) ressalva como sendo determinantes para a projeção de valores e referências para a sociedade. Assim sendo, podemos afirmar que a própria televisão apresenta um papel cultural e social importante no que toca à formação dos seus consumidores. Isto acontece, como destaca Torres (2011), porque a própria televisão é capaz de transmitir valores, imagens do real e ainda a sua função informativa cultural através da própria programação que nos apresenta. Concluindo, e pegando na visão de Fernandes (2001, p.39), podemos afirmar que os media desempenham um papel ideológico, uma vez que, são capazes de orientar, organizar e interpretar a realidade, que mais tarde transmitem às suas audiências. A televisão foi assim evoluindo e crescendo a par das sociedades, desempenhando atualmente, a importante função de formação de cidadania destas mesmas sociedades.

Contudo, nem todos ficam satisfeitos com estas características que a televisão transporta, nomeadamente as escolas, desde logo porque, com o surgimento contínuo de cada vez mais novos canais, programações no seu cerne educativas, têm sido substituídas por programas de fácil interpretação, sem impor qualquer esforço intelectual a quem os visiona. Para além disso, não podemos esquecer que atualmente, e cada vez mais, é possível visualizar cenas de pancadarias ou utilização de linguagens menos apropriadas em televisões generalista, que apresentam públicos que vão desde os 3 até os 90 e mais anos. Freixo (2002, pp. 196-197) acredita que a televisão deve ser capaz de formar os seus consumidores, e não só limitar-se à pura passagem de informação, até porque,

progressivamente, e cada vez mais cedo, a televisão passa a fazer parte do nosso crescimento enquanto seres humanos que vivem ativamente numa sociedade.

Brandão (2006, p.62) caracteriza mesmo a televisão como uma instituição que trabalha as áreas da educação, da cultura e da ética, sendo vista como “um motor de socialização num país onde há poucas práticas culturais e um elevado nível de iliteracia”. Assim sendo, é possível afirmar que a responsabilidade social dos meios de comunicação, nomeadamente da televisão, que se encontra presente na grande parte da vida dos portugueses, tem vindo a aumentar continuamente, sendo que acabam mesmo por influenciar a própria opinião pública.

Todavia, a televisão não apresenta só esta função. Principalmente através dos telejornais a mesma é responsável por diariamente produzir conhecimento. É nestes espaços dedicados à informação que é escolhido, diante de diversos acontecimentos, aqueles que apresentam um cariz de interesse social para os seus consumidores. Brandão (2010, p.130) fomenta esta ideia e acrescenta que “qualificação do saber, potenciando audiências mais educadas, cultas e esclarecidas...”. Nesse sentido, e recorrendo mais uma vez às palavras de Brandão (2008, p.31), a televisão apresenta sim uma responsabilidade social e cultural na sociedade, derivada do seu “poder de visibilidade” e de “representatividade”, bem como do papel que desempenha na “formação de uma opinião pública que se espera que seja, cada vez mais, esclarecida e imbuída dos valores cívicos, culturais e de verdadeira cidadania”.

Embora com o surgimento das redes sociais, muitos cidadãos acabem por consumir a sua informação através das mesmas, a televisão continua a apresentar um vasto número de aderentes, que mesmo atualmente, continua a ser superior aos números daqueles, que exclusivamente se informam através do online. Torres (2011, p.29) afirma que a televisão tem um papel cada vez mais importante na vida social dos consumidores, quer seja como fonte de informação, quer seja através da sua capacidade de formar gostos, opiniões e/ou escolhas. Daí o seu papel cultural e social ser tão importante na formação das nossas sociedades enquanto seres ativos no mundo.

4.4. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A PROGRAMAÇÃO A PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA

Programação, a nova e mais recente arma utilizada pelas televisões públicas e privadas para vencer na conhecida guerra fria pelas audiências. Se vagarmos pelos canais generalistas portugueses temos uma rápida percepção, de que, embora diferentes, as programações mantêm-se bastante semelhantes na sua forma, nomeadamente no tipo de programas utilizados. Isto acontece porque, desde cedo, se definiram dois tipos de programações televisivas na Europa, a concorrencial, onde o telespectador é visto como audiência, e o civilizado, onde o que realmente importa é a identidade do telespectador enquanto cidadão.

Augusto (2018, p.24) recorda-nos, que atualmente, já poucas televisões praticam o método civilizado, método este, que ainda hoje, é visto como um bom exemplo do que deveria ser o serviço público. Contudo, a autora explica, que o processo industrial é muitas vezes responsável por levar os conteúdos das grelhas de programação a serem “também reflexo de ideologias, políticas, estruturas organizacionais e financeira”, (2018, p.24). Nesse sentido, é necessário ressaltar, que atualmente, as grelhas de programação são utilizadas com o simples objetivo de atingir as metas ideológicas e financeiras estabelecidas pelas estações televisivas.

Mas o que é a programação e qual a sua verdadeira função nas televisões? Webster e Litchy (1991, p.38) explicam que existem três tipos de programação, a lead-in, composta por programas de grande interesse para as audiências, sendo capaz de estimular as mesmas no programa seguinte, o “*hammocking*”, onde se coloca um programa mais fraco a nível de audiências entre dois fortes, para assim gerar um maior número de telespectadores, e o “*block programming*”, que consiste na transmissão de uma série de programas do mesmo género, ou seja, se o telespectador gosta de um determinado programa, também vai gostar de ver outros do mesmo género.

Williams (2001, p.91) vê a programação televisiva como algo complexo, desde logo porque, o telespectador quando vê televisão não assiste exclusivamente só a um programa, mas antes, a uma sequência deles. Já Torres (2011, p.19) acredita que o trabalho da televisão requer necessariamente uma gestão de criatividade, que embora seja denominada como algo livre, acaba sempre por ser influenciada por questões empresariais. Ou seja, embora a televisão seja um meio de comunicação, nunca a mesma se conseguirá libertar de questões monetárias, pois sem estas não sobreviverá. O autor define assim, programação televisiva, como, “programa para certa hora o conteúdo que atraia o maior número de pessoas que estejam disponíveis para ver TV a essa hora. Programa-se a pensar nos públicos alvos. Quanto mais espectadores, mais publicidade.”, (Torres, 2011, p. 39). Já Brandão (2005, p. 64.) acredita que a programação televisiva,

“pode ser uma declaração interna de intenções concretas que, sem dúvida, ajudarão de maneira definitiva a construir a realidade diária a implementar para obter os produtos para a programação, entendidos como um projeto real, coerente e com possibilidades de mercado.”

Na visão do autor a programação pode ser abordada a partir de duas perspectivas, de um lado temos quem acredite que a mesma deve, acima de tudo, responder às necessidades da sua audiência, “e, portanto, é preciso dar respostas concretas a necessidades concretas”, e no outro lado da barricada, temos quem acredite que a programação deve ser capaz de ir mais longe na oferta, não se limitando a responder às necessidades básicas do telespectador, (Brandão, 2005, p. 64).

Relativamente à função da programação televisiva, peguemos em Requena (1994, p.6), que declara que a programação tem o papel de gerar interesse nas audiências, transformando, por sua vez, o canal num promotor de espetáculos, em detrimento da comunicação. A mesma acrescenta ainda que, o surgimento dos macro-discursos, cada vez mais presentes nos canais generalistas, culminam na promoção de uma influência global, sendo que tudo isto é conseguido através da programação que recorre a “elementos e operações de continuidade que atuam como conectores semióticos que unem os diversos e heterogêneos segmentos discursivos da programação” (Requena, 1994, p. 7). É assim importante mencionar que os programadores têm sempre em conta quatro períodos do dia aquando do desenhar das grelhas de programação, sendo estes o “*daytime*”, “*access to prime time*”, “*prime time*” e “*late night*”. Cada um destes quatro períodos do dia apresentam diferentes públicos-alvo, o que leva a diferentes interesses e necessidades.

Segundo Galamba (2014, p.9) assistimos assim a “uma crise da audiência como público, onde o maior objetivo tanto para estações privadas como públicas é maximizar a audiência”.

Quando falamos do panorama português podemos compreender que a grande maioria das televisões, nomeadamente as generalistas, recorrem às táticas de Webster e Litchy (1991, p.38), para gerar audiências. É importante salientar que inicialmente, quando surgiu a televisão em Portugal, e como recorda Lopes (2005), toda a programação era monopolizada pelo Estado, sendo esta dividida metodicamente entre informação, entretenimento e educação. Ou seja, nesta época, o telespectador sabia perfeitamente o que esperar da televisão, não havia surpresas. Contudo, com o surgimento dos canais por cabo, das primeiras televisões privadas, bem como derivado das mudanças sociais e culturais, a televisão foi abandonando “o regime pedagógico com o telespectador para ser instalada uma relação de convivialidade”, (Lopes, 2005, p.83), acabando assim por se gerar uma maior interação com o público. Nesse sentido, as próprias grelhas passaram a ter em conta, exatamente como acontece hoje em dia, o tempo e os interesses das audiências.

Lopes (1999, p.6) vai mais longe e alerta mesmo para o paradigma em que a televisão se encontra, afirmando que, cada vez mais, a programação, aliada ao crescimento da oferta televisiva e à fragmentação do público, podem ser prejudiciais para a estação, enquanto meio de transmissão de informação. A autora defende que com esta junção ocorre uma transformação das “imagens numa mercadoria cuja sobrevivência está irremediavelmente dependente da audiência”, (Lopes, 1999, p.6). Lopes (1999, p.7) acredita mesmo que o fator qualidade se encontra em risco nesta nova forma de programação que as televisões assumiram. Para ela,

“a qualidade liga-se intrinsecamente à essência do serviço público de televisão do qual se espera um contributo importante para a inovação dos formatos televisivos, para a criatividade, para a capacidade de gerar debates de relevância social e para desenvolver a autenticidade e a riqueza expressivas dos conteúdos emitidos.”, (Lopes, 1999, p. 7).

Por sua vez, Cádima (2011, p.5) afirma mesmo que tentar atender a todas as exigências do serviço público, é quase como uma autêntica seção de malabarismo, explicando que o

desafio consiste em “atender e respeitar normas éticas e a alta qualidade dos programas e não sacrificar esse objetivo qualitativo às forças de mercado”.

4.5. AS TELEVISÕES GENERALISTAS

O que são as televisões generalistas e qual o seu papel numa sociedade democrática? Tal como qualquer meio de comunicação, a televisão generalista tem também a função de manter o seu público informado, contribuindo assim para o seu conhecimento, fomentando a prosperidade de uma sociedade democrática. E como é que a televisão consegue isto? Muitas vezes, e principalmente, através da programação que estabelece. Contudo, quando falamos de canais generalistas existem certos pontos que estes devem cumprir.

O que é um canal generalista? Em Portugal a definição de canal generalista encontra-se presente na Lei da Televisão. De acordo com esta, e tendo por base a Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, no artigo 8.º, n.º 2, “Consideram-se generalistas os serviços de programas televisivos que apresentem uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público.”.

Por norma, um canal generalista é aquele que se ocupa em transmitir os mais diversificados temas, para todo o tipo de público. Sobral (2012) explica que os generalistas portugueses são canais que procuram acompanhar o desenvolvimento das sociedades, mantendo a sua centralidade, adaptando somente os seus meios de transmissão.

Fernandes (2000) explica que as grelhas de programação dos canais generalistas podem apresentar-se de duas formas, como compósitas, dedicada ao tipo de programação mais completo, contendo todos os géneros, e ou federativas, esta mais dedicada à heterogeneidade do grande público. A autora explica a grande diferença entre ambas, sendo que a primeira dá ao público aquilo que este quer ver, enquanto que a segunda, tem total controlo sobre aquilo que quer mostrar à sua audiência. Se olharmos para o nosso

panorama nacional podemos perceber que a RTP, a SIC e a TVI apresentam uma grelha federativa, enquanto que, por outro lado, a RTP2, a SIC Notícias e a TVI24 se focam mais na compósita.

Wolton (1999) alerta que a tentativa, por parte das televisões, numa adequação ao gosto das audiências, através dos programas que transmitem, poderá significar a perda da própria democracia, algo que os meios de comunicação tanto que orgulham em contribuir. O autor afirma mesmo que a televisão generalista é a única que permite a representação do elo social, uma vez que a considera como a única atividade partilhada entre todas as classes sociais e faixas etárias. Pelas palavras de Wolton (1999, p.96),

“a força da TV generalista está em colocar em pé de igualdade todos os programas e não dizer, a priori, quais os que se destinam a este ou àquele público. Ela obriga cada um de nós a reconhecer a existência do outro, processo indispensável nas sociedades contemporâneas confrontadas com os multiculturalismos.” (1999, p. 96).

Porém, atualmente, e sendo cada vez mais perceptível, os canais generalistas, muitas vezes, quer por motivos económicos, quer pela luta pelas audiências, tendem a recorrer ao mesmo tipo de programas, acabando por existir uma homogeneização das grelhas de programação. Fernandes (2001) relata que é este tipo de abordagem que coloca, nos dias que correm, a essência dos canais generalistas portugueses em causa, desde logo porque, como a mesma exemplifica, se olharmos para os horários noturnos, quase todos os generalistas recorrem ao formato *reality show*. Se saltarmos pelos três canais generalistas todos eles estarão a transmitir, não o mesmo programa, mas o mesmo formato. Fernandes (2001, p.81) explica que os canais optam por emitir “o mesmo tipo de programação, às mesmas horas, tendo em vista os mesmos públicos, levando a uma uniformização da paisagem audiovisual e a uma standardização da oferta”.

Com o passar dos anos os próprios canais generalistas têm vindo a abandonar as grelhas ricas em diversidade de géneros e formatos, em prol de grelhas monotemáticas, lascando assim a sua essência generalista. Fará então sentido continuar a chamar canais generalistas a estas estações? Daniel Oliveira (2005), em entrevista ao jornal Público, afirmou que, hoje em dia, as televisões generalistas deveriam ser denominadas de "televisões gratuitas, uma vez que são menos generalistas do que a SIC Radical”.

Concluo que o termo “televisão generalista” deixou de fazer sentido nos dias que correm. Como é que podemos continuar a chamar os canais de generalistas quando estes não cumprem as regras básicas do termo, como ser capaz de cobrir as mais diversas áreas da comunicação. Na minha opinião só existem duas opções possíveis, ou se opta pelo abandono deste termo ou então o mesmo precisa de sofrer reformulações que o tornem verdadeiro no panorama.

CAPÍTULO V – A CULTURA NA CAIXA MÁGICA

Cultura como elemento importante na formação e crescimento do ser humano enquanto elemento integrante ativo numa sociedade. Cultura como a área do conhecimento mais vasta, a área mais complexa e talvez a mais completa.

Televisão, representada como um dos meios mais importantes na transmissão de informação. Televisão o meio de comunicação com mais adeptos. Mas será que ambos, a cultura e a televisão mantêm uma boa relação? Será que na verdade a cultura está presente na vida de todos os espectadores portugueses? Será a cultura assim tão importante aos olhos das produtoras nacionais?

5.1. METEDOLOGIA

Depois da revisão literária efetuada na primeira fase deste trabalho, percorrendo-se temas como a cultura, jornalismo cultural, a crítica e a televisão, chegou o momento de se mergulhar numa segunda fase mais empírica, analítica e quantitativa do projeto.

No presente estudo pretende-se compreender qual o verdadeiro espaço dado aos programas culturais nas programações dos denominados canais especializados dos generalistas portugueses. Com a luta assoberbada pelas audiências, as programações diversificadas e equilibradas acabam por se diluir em prol das necessidades das mesmas.

Será que este compromisso dos generalistas com as suas audiências acontece na realidade, ou será que, o jornalismo cultural acaba por ser desvalorizado em detrimento de outras áreas da informação às quais o público português mais apela? Será que o espaço dado a áreas como o desporto é o mesmo que o tempo de antena cedido a programas culturais? É necessário avaliar estas questões e tentar compreender o porquê dos resultados.

Nesse sentido, realizou-se um estudo comparativo com a duração de um mês entre as programações dos sub canais dos três generalistas portugueses, RTP1, TVI e SIC, uma vez que, todas estas estações, têm outros canais que se apresentam ao público como espaços mais direcionados para a programação cultural, vocacionados às minorias, com o intuito de privilegiar as componentes culturais. Assim sendo, e neste decorrer de ideias, a programação que se encontra em análise é então a da RTP2, SIC Notícias (SICN) e TVI24. Será que estes canais especializados, que se apresentam às audiências como espaços dedicados à cultura, cumprem realmente a sua incumbência, ou será que outras necessidades se levantam e nem aqui a cultura tem lugar?

O mês escolhido para recolha de dados foi março de 2021, tempo em que algumas das estações televisivas optaram por alterar a sua programação e coincidentemente Portugal encontrava-se em confinamento devido à pandemia da Covid-19 que se abatia, de uma forma mais intensa, no nosso território nacional. Assim, uma vez que, a maioria dos portugueses se encontravam fechados em casa, tornou-se interessante a escolha deste mês para verificar que programação estas três estações generalistas ofereciam às suas audiências. Durante trinta e um dias recolheu-se a programação completa dos três canais, incluindo fins de semana. Para este processo foi essencial a categorização e diferenciação entre programas culturais e não culturais. O grupo de programas culturais é composto por filmes, séries, religião, dança, literatura, programas musicais, teatro, património, bem como por programas categorizados como “culturais”, incluindo aqui aqueles programas que trabalham diversas temáticas culturais assumindo um formato de cardápio cultural noticioso.

É importante realçar que para a análise dos resultados os jornais e telejornais, embora apresentem temáticas culturais na sua formação, não contarão para este estudo enquanto programas culturais, desde logo porque, se tornaria extremamente complicado a sua observação sem um *software* adequado, algo do qual não disponho. Para além disso, estes mesmos programas, jornais e telejornais, serão cotados no grupo de programas não culturais, sendo categorizados como programas exclusivamente informativos.

Após a recolha de toda a informação em torno das programações destes três canais, foi necessário a utilização de cores na tabela de programação para que fosse possível a diferenciação entre os nove tipos de programas culturais previamente identificados. Esta colorização tem como finalidade possibilitar uma visão geral dos formatos de programas que mais vezes são utilizados por cada canal, bem como, que espaço é preenchido por programas do foro cultural. As cores correspondentes às nove categorias são as seguintes:

- Programa cultural – cor de rosa
- Patrimónios – azul
- Religião – vermelho
- Dança – verde água
- Literatura – verde
- Programa Musical – roxo
- Filmes/Séries – amarelo
- Documentários - laranja
- Teatro – verde musgo

Deu-se, portanto, início a uma análise criteriosa e rigorosa relativamente ao espaço dado aos programas culturais por estes canais, tentando-se responder a diversas questões, tais como:

- Que tipo de programas culturais estes canais apresentam?
- Qual o tempo de antena dado a estes programas culturais comparativamente às restantes temáticas?

- Em que dias e em que alturas dos mesmos existe uma maior concentração de programas do foro cultural?
- Qual a estação que apresenta, não só, uma maior variedade de programas culturais, mas também um maior espaço para estes?

Acredito que estas questões serão essenciais para o desenrolar desta análise criteriosa, permitindo a execução de uma análise mais rigorosa dos resultados obtidos.

Com o objetivo de responder a estas questões ao longo do projeto foi-se criando e desenvolvendo diversas tabelas que aglomerassem em si diferentes categorias de avaliação da programação dos três canais, como a quantidade de diferentes programas culturais que cada canal apresenta, a totalidade de programas culturais Vs não culturais, entre outras.

Se possível, e como objetivo final deste trabalho, numa última fase, pretende-se formular uma conclusão em torno dos resultados adquiridos que sirva de resposta a todas as questões que levaram ao surgimento da necessidade de se realizar este estudo de caso.

5.2. DIVERSIDADE DE PROGRAMAS CULTURAIS DA RTP2 / SICN / TVI24

Durante o período de 31 dias decorridos do mês de março do presente ano corrente, 2021, analisou-se a programação apresentada pelos três canais especializados dos generalistas portugueses, RTP2, SICN e TVI24. No decorrer desta análise torna-se importante, e de grande curiosidade, compreender que tipo de programas culturais as três estações facultam às suas audiências, desde logo porque, não se trata só de compreender qual o espaço dado à cultura, mas também, verificar o género de programas culturais que as estações produzem, e comparar o leque de ofertas entre eles.

Num primeiro vislumbre das tabelas de programação das três estações é possível verificar que entre os três canais a RTP2 é a que apresenta um maior número de programas culturais ao longo do dia, sendo seguida pela SICN e posteriormente pela TVI24. Recorrendo à

tabela 1, num total de 752 programas a RTP2 preenche a sua programação mensal com 391 de teor cultural e, por sua vez, 361 não culturais. Assim sendo, podemos concluir que, durante os trinta e um dias sob análise, mais de metade da programação é composta por programas culturais, mais concretamente 51,99% da mesma corresponde a programas de teor cultural, enquanto que não culturais representam 48,01%. A RTP2 apresenta conseqüentemente uma programação balanceada entre os programas culturais e não culturais. Contudo, é um canal que embora procure por um equilíbrio saudável entre o espaço dado a cultura e outros temas informativos, não deixa de manter o seu foco na cultura.

De seguida segue-se o canal especializado da SIC, a SICN. Durante o mês de março presenteou as suas audiências com 883 programas, mas contrariamente à sua rival RTP2, não procuraram por uma homogeneização entre os programas culturais e não culturais. No leque de 883, 108 apresentam teor cultural e 775 não se enquadram nesta categoria, o que leva a concluir que os programas culturais correspondem a 12,23% da programação, e por sua vez, a restante é preenchida pelos não culturais, nomeadamente 87,77%. Comparativamente à RTP2 a discrepância entre programas culturais e não culturais é bastante acentuada, não dedicando nem 20% da programação mensal a programas do foro cultural.

Neste setor, por último, temos a TVI24, que de entre os três canais em análise é o que menos programas culturais apresenta, bem como, o que apresenta a programação mais desequilibrada. Com um total de 699 programas transmitidos contam-se 37 como culturais e 662 como não culturais. Os programas de teor cultural não preenchem nem 10% do leque de oferta mensal deste canal, estando em desvantagem relativamente ao espaço cedido aos restantes programas. Concretamente os programas culturais ocupam 5,29% do horário mensal, sendo a restante programação, 94,71% destinada a todos os outros programas de foro não cultural.

Através destes dados é possível concluir que dos três canais o que disponibiliza um maior tempo de antena a programas culturais é a RTP2, o canal especializado da RTP, ambos

canais estatais públicos. Posteriormente temos ambos os canais privados portugueses, estando a SICN em segundo lugar neste ranking, seguida de longe pela TVI24. Este último canal, a TVI24, é então o que de entre os três menos espaço dedicou, no mês de março, a programas culturais.

Já numa segunda análise, desta vez mais aprofundada, é possível compreender que não se trata só de quem mais espaço fornece a programas culturais, mas também, por sua vez, verificar que variedade de programas é que estes canais apresentam. O tipo de programas culturais que emitem também é bastante importante para se perceber qual destes canais aposta realmente na diversidade cultural, até porque, ter uma programação repleta de programas culturais não quer dizer, necessariamente, que esta estação é diversificada nesta matéria. Contudo, tendo em conta os dados reunidos, alongo prontamente que o ranking se manteve exatamente igual ao anterior.

Neste sentido, e para facilitar a leitura dos dados obtidos, identificaram-se nove categorias de programas culturais, sendo estas divididas em programas culturais, programas de património, religião, dança, literatura, música, filmes/séries, documentários e teatro. Tendo em conta a informação retirada no decorrer dos trinta e um dias estabeleceu-se uma segunda tabela, *tabela 2*, onde se contabilizou e se identificou, não só as vezes, mas também, os tipos de programas que foram transmitidos pelos três canais temáticos em análise.

Ao olhar para a tabela é possível compreender que o canal público é o que apresenta um leque de oferta mais diversificado, conseguindo preencher, nem que seja uma vez por mês, todas as nove categorias. Não só a RTP2 é a estação com a programação mais homogénea, como também o canal com a maior diversidade de programas culturais. Predominantemente no mês de março o canal apostou fortemente em diversas áreas como filmes e documentários, acumulando um total de 119 transmissões, programas de património, como “Visita Guiada” ou “Conhecer a Península Ibérica”, num total de 65 emissões, programas de foro mais vasto da cultura, como o “Folha de Sala” ou o “Cinemax”, com 83 emissões e documentários, que chegaram às audiências 70 vezes.

Contudo, a estação não se limita a estas áreas e quando falamos das restantes categorias a RTP2 também as preencheu, sendo que no que toca à cultura religiosa o canal apresentou 31 emissões. Quando o assunto é dança a RTP2 realizou uma edição, literatura emitiu programas como “Conta um Conto” e “Não será como Dante” 14 vezes, e em teatro apresentou duas peças. Por último na área musical, nomeadamente concertos, o canal presenteou as suas audiências com 6 destes ao longo dos trinta e um dias.

Também nesta vertente a SICN ficou em segundo lugar no que se refere à variedade de programas culturais que emite. Das 108 vezes que transmitiu programas culturais 65 delas corresponderam a programas de foro cultural, como é exemplo o “Cartaz” ou “Original é a Cultura”, 26 a programas de património, como o “Boa Cama Boa Mesa”, 7 vezes foram filmes e séries e para completar, 10 vezes corresponderam a documentários. Um leque bem mais reduzido que o da RTP2. De salientar que a grande maioria dos programas culturais em que a SICN aposta são de fácil “digestão”, podendo facilmente compor o leque de programas que poderíamos ver na programação do canal principal a SIC. Contrariamente à RTP2, este canal não aposta em nenhum programa mais específico como espetáculos de dança ou música, nem mesmo em programas de literatura.

Por último, temos a TVI24, estação que num total de 699 programas emitidos apresentou 37 de teor cultural. Não sendo só o canal que menos investiu em programas culturais, mas também o que menos diversidade apresentou. A estação apostou exclusivamente, ao longo do mês de março, em dois tipos de programas culturais, os culturais e os de património, que foram transmitidos 28 vezes e 9 vezes respetivamente.

Tendo por base estes dados aqui transcritos é de fácil conclusão que o canal que mais procura por oferecer um leque diversificado às suas audiências é a RTP2, sendo capaz de preencher e de apresentar, nem que seja uma só vez por mês, programas que se enquadrem nas categorias analisadas. Embora aqui não exista uma homogeneização entre todas as categorias, a estação demonstra preocupação em cobrir os vários ramos da cultura, procurando ainda manter-se fiel à sua missão de canal especializado de espaço dedicado às áreas culturais. Neste sentido, considero e afirmo que de entre os três canais em análise,

e embora a análise represente uma pequena amostra da programação anual das estações, a RTP2 é a que melhor cumpre com a sua função de cariz informativo e cultural. Para além disso, acredito que o público que consome a programação deste canal não é partilhado com os restantes, é um grupo alvo muito mais restrito e específico, que consome cultura como um todo. É uma audiência que consome cultura pelo gosto, por satisfação, um público que procura estar informado nesta área, e não só pela descontração.

Já quando olhamos para as estações privadas, e embora a SICN se encontre em segundo lugar apresentando uma maior variedade, notável, de programas culturais, tanto esta como a TVI24 focalizam-se mais no que o público em geral gosta. Estes canais especializados fogem um pouco à sua missão e atualmente regem-se mais pelas diretrizes dos canais principais, SIC e TVI. Contrariamente ao que se vislumbra na RTP2, estes dois canais apresentam-se quase como uma continuação das missões desenvolvidas nos canais principais, acabando por não se preocuparem tanto com os conteúdos culturais, até porque, acabam por partilhar as suas audiências com a sua “*estação mãe*”. Para além disso, os grupos alvos de ambas apresentam-se bastante semelhantes. Audiências que procuram por consumo cultural num momento de descontração. A grande maioria dos programas culturais que estas estações oferecem são de fácil consumo, como filmes/séries e/ou programas culturais, não exigindo tanto do intelectual nem do conhecimento aprofundado no ramo cultural, como os da RTP2. Neste caso basta relaxar e absorver a informação com pouco esforço.

Embora se apresentem como canais especializados e focados para um nicho mais restrito, a verdade é que, ao vislumbrar as tabelas de programação, comparativamente à rival RTP2, a SICN e a TVI24 têm uma programação cultural paupérrima. O espaço dado à cultura nestes canais é quase mínimo comparativamente ao resto dos programas informativos e desportivos que preenchem e compõem os quadros da programação. Já na RTP2 os programas culturais, embora por uma margem mínima, representam mais de metade da programação. É a estação, das três em análise, que melhor cumpre a sua função de espaço dedicado à cultura, apresentando programas culturais diferentes daqueles que preenchem a programação do canal principal RTP. Entre o público e o privado, e ainda que com pouca base para esta conclusão, acredito que o primeiro prioriza o conteúdo e a

programação recheada de informação que contribua para a fomentação das audiências enquanto indivíduos ativos numa sociedade, enquanto que o segundo se foca mais na questão das audiências, priorizando os gostos e tendências que se manifestam no dia a dia dos consumidores.

5.3. TERÁ A CULTURA SIDO CONFINADA OU DESCONFINADA DEVIDO À PANDEMIA DO COVID19?

As programações são as *armas* que os diversos canais televisivos utilizam para chegarem ao seu público alvo, principalmente quando falamos de canais generalistas como a RTP, TVI e SIC. É através da tabela de programação que estes canais lutam entre si pelas audiências. Verdade se diga que muita desta luta pelas audiências advém da não autossustentação das televisões portuguesas. Ainda nos dias que correm a televisão nacional vive de dinheiro externo, das receitas geradas através da publicidade, o que acaba por impulsionar esta *guerra* entre estações. Quanto maior o meu número de audiências, mais empresas/marcas quererão apostar em mim, acaba por ser este o pensamento que as televisões assumem. É de referenciar que esta luta não acontece exclusivamente entre os generalistas, ela extravasa estes canais e expande-se a todos os restantes, atingindo também os canais especializados, como a RTP2, SICN e TVI24, canais estes que se encontram em análise neste trabalho.

As programações servem também de identificador de públicos alvos. Se pensarmos no conceito de canais generalistas se calhar esta utilidade não faz tanto sentido, contudo, nos tempos que correm, podemos compreender que o conceito generalista se apresenta em causa, gerando assim um novo paradoxo, canais generalistas (como o nome indica, um canal para todos) com públicos restritos. Cada estação, até mesmo as generalistas, apresenta o seu próprio público alvo, e através das programações que programam que procuram atingi-los e criar a fidelidade, canal-audiência. Se tivermos em conta os canais generalistas podemos compreender que ao longo do dia o seu público alvo se vai alterando, bem como a programação que estes oferecem. Esta adaptação também ocorre nos canais especializados como a RTP2, SICN e TVI24. Se olharmos para as tabelas, e referenciando agora a RTP2, é possível compreender que o canal oferece uma

programação mais infantil no turno da manhã e mais cultural e informativa à noite, isto porque, procura satisfazer os gostos das suas audiências. De manhã as crianças estão em casa e antes da escola tendem a ver desenhos animados, enquanto que à noite quem despende mais tempo a ver televisão são os mais velhos, os pais e avós das crianças, que procuram por lazer, por programas de fácil *digestão*, mas com conteúdo cultural, como séries, documentários e ou filmes.

Cada estação/canal vai-se adaptando e jogando com as programações a seu favor, para assim atingirem os seus objetivos, diários/mensais/anuais. Mas será que a existência de fatores externos novos como uma pandemia provocam alterações nas programações?

Segundo o Jornal de Notícias foi a 18 de janeiro de 2021 que Portugal, país à data com o maior índice de casos por Covid 19, ingressou num segundo confinamento, tendo este durado cerca de dois meses. Segundo esta peça, a 18 de janeiro, “o Governo anuncia o encerramento das universidades seniores, centros de dia e de convívio, de novo a proibição de circular entre concelhos nos fins de semana, e o fim de vendas ao postigo na restauração,” e passado três dias, a 21 de janeiro,

“o Governo anuncia o encerramento das escolas de todos os níveis de ensino por 15 dias, para tentar conter o crescimento da pandemia. Os tribunais, as lojas do cidadão, as creches e os ateliers de tempos livres também voltam a encerrar. A Conferência Episcopal Portugal (CEP) suspende as missas e outras atividades pastorais”.

Estes confinamentos são lembrados pelo fecho de Portugal onde a grande maioria dos portugueses ficaram confinados às suas residências.

Em março de 2021 o país vivenciou um confinamento e uma primeira fase de desconfinamento a partir de dia 11. Estes trinta e um dias em análise tornam-se então ainda mais interessantes porque podemos tentar compreender até que ponto estas alterações sociais provocaram mudanças nas programações da RTP2, SICN e TVI24. Será que o facto de termos os portugueses confinados e posteriormente livres para circular terá gerado alterações nas programações destas estações?

A análise em causa foi feita recorrendo à elaboração de uma nova tabela, *tabela 3*, dividida entre confinamento, desconfinamento e pós desconfinamento, estando a 1ª semana na primeira categoria, de 1 a 7 de março, a segunda semana, semana de 11, de 8 a 14 de março, na segunda categoria, e as restantes, a terceira, de 15 a 21, a quarta, de 22 a 28, e a quinta, esta última composta por três dias, de 29 a 31 de março, na última categoria.

Começamos por analisar a RTP2. Na semana do confinamento a estação apresentou as suas audiências com 154 programas sendo que destes 79 eram culturais e 75 não culturais, ou seja, nesta semana 51,29% da programação correspondeu a programas culturais e consequentemente 48,71% da mesma correspondeu aos restantes programas não culturais. A segunda semana, de 8 a 14 de março, semana do desconfinamento, ficou marcada pelo aumento de programas transmitidos comparativamente com a anterior, 165 programas, bem como pelo aumento de programas culturais, 81 no total. Assim sendo, nesta semana, os programas culturais sofreram uma ligeira diminuição, representando 49,09% da programação, e os restantes 50,91% ficaram destinados às outras temáticas televisivas. Por sua vez, após se dar início à primeira semana de desconfinamento, a RTP2 voltou a aumentar o número de programas, desta vez para 176, contudo, contrariamente ao que ocorreu na semana anterior, os programas culturais apresentaram um aumento, contabilizando-se 94, correspondendo, portanto, a 53,40% da programação, estando os 46,60% para programas não culturais. A quarta semana fica marcada, mais uma vez, e seguindo o exemplo da anterior, pelo aumento de programas culturais. De dia 22 a 28 de março as audiências da RTP2 puderam consumir um total de 80 programas culturais que representaram 55,05% da programação total. Já os programas não culturais foram 44,95%. A quinta semana, embora composta só por três dias, teve um início bastante forte no que toca a programas culturais. Num total de 79 programas, 39 são culturais e 40 não culturais, ocorrendo a mísera diferença de 1 programa, o que se revela nas percentagens finais onde os culturais representam 49,36% da programação e os não culturais a fatia de 50,64%. Embora não se tenha analisado a restante semana, tendo por base as semanas anteriores, bem como estes três dias, acredito que também nesta semana a estação procura-se por manter um equilíbrio entre programas culturais e não culturais.

Olhemos agora para a SICN. Na semana em que o país ainda se apresentava em confinamento a programação apresentou um total de 194 transmissões de programas, onde a fatia de programas culturais correspondia a 19, sendo os restantes 175 compostos por programas não culturais, maioritariamente informativos. Ou seja, nesta primeira semana os programas culturais correspondiam a 9,79% da programação total, enquanto que os programas não culturais dominavam, por completo, com um total de 90,21% da programação. Foi na semana do desconfinamento, de 8 a 14 de março, que se começaram a ver as primeiras mudanças no panorama da programação do canal. Com um total de 206 programas transmitidos, 28 corresponderam a culturais e 178 a não culturais. Este aumento de programas culturais no universo de 206 transmissões fez com que os culturais representassem 13,59% da programação, ocorrendo um decréscimo nos restantes, representando agora 86,41% da programação. Nas semanas que se seguiram os valores mantiveram-se bastantes estáveis, ocorrendo pequenas oscilações nas percentagens. A terceira semana, num total de 202 programas, 25 são culturais e 177 não culturais, correspondendo assim 12,37% a programas culturais e os restantes 87,63% a não culturais. Já a quarta semana fica marcada pela diminuição da fatia de programas culturais, desta vez com 22 programas num mundo de 191 transmissões, sendo os restantes 169 para programas não culturais. Ou seja, nesta semana, 11,51% da programação foi de teor cultural enquanto que 88,49% foi não cultural. Chegamos à quinta semana, a semana de 29 a 31 de março, onde se assistiu, embora um pouco falível esta avaliação devido a falta de informação relativamente à restante programação semanal, a um aumento de programas culturais. Desta vez, estes representaram 15,55% da programação total, enquanto os 84,45% foram preenchidos por programas não culturais. Tendo por base a programação relativa às anteriores semanas, acredito que também esta terá mantido o exemplo das antecedentes, havendo sim um aumento de programas culturais relativamente à semana de confinamento, mas ocorrendo na mesma um quase monopólio de programas não culturais.

Vejamos por último os valores semanais do canal TVI24. Dentre os três canais em análise é de longe o que menos espaço confere à cultura, acabando por apostar na supremacia da informação e desporto. Na semana de confinamento, num total de 149 programas transmitidos 9 enquadraram-se em culturais, sendo os restantes 140 não culturais. Assim

sendo, nesta semana, a programação foi composta por 6,04% de programas culturais e 93,96% por não culturais. Já a semana de desconfinamento, e contrariamente ao que ocorreu na RTP2 e na SICN, esta fica marcada pelo decréscimo da fatia destinada à cultura. De 8 a 14 de março os programas culturais preencheram 5,73% da programação, ou seja, num universo de 157 programas, só 9 foram culturais. Nesse sentido os 94,27% da remanescente programação foram destinados a programas não culturais, igualando-se a um total de 148 programas. A terceira semana de março segue o exemplo da anterior e apresenta, mais uma vez, um estreitar do espaço dado à cultura, tendo os programas culturais ocupado 4,73% da programação total e os não culturais 95,27%. Nesta semana os programas culturais contabilizados foram 8 num total de 169, sendo os não culturais 161. Na quarta semana verificou-se o primeiro aumento na percentagem do espaço dado à cultura. De 22 a 28 de março, com um total de 163 transmissões, 10 foram culturais e 153 não culturais, ou seja, 6,13% da programação foi cultural, enquanto que não cultural foi 93,87%. Na quinta semana, e tal como aconteceu como os outros canais, analisou-se exclusivamente os dias que ainda compunham o mês de março, de 29 a 31 deste mês. Neste período temporal observou-se que num total de 61 programas, 1 foi cultural e 60 foram não culturais, sendo assim a programação composta por 1,63% de cultura e 98,37% das restantes temáticas televisivas. Tal como também aconteceu com a RTP2 e a SICN, acredito que nesta última semana da TVI24, o espaço dado à cultura não oscilou muito, tendo, muito provavelmente, a fatia destinada aos programas culturais ficado entre os 5 e os 6%, uma vez que, ao longo das antecedentes semanas, a estação não apresentou nenhuma intenção de alterar estes valores, mantendo-se sempre muito equilibrada.

Tentemos resumir toda a informação de forma a tornar mais fácil a leitura dos resultados obtidos. Foquemo-nos agora só na totalidade de programas culturais transmitidos pelos três canais ao longo do mês. Se vislumbramos esta nova tabela, *tabela 3*, podemos verificar primeiramente que o canal que mais estável se manteve independentemente das alterações sociais que as audiências sofriam foi a TVI24. Ao longo das cinco semanas em análise os números de programas culturais mantiveram-se bastante semelhantes, ocorrendo um equilíbrio entre os 8 e os 9 programas transmitidos por semana. Contudo, é de realçar que embora tenha ocorrido esta tentativa de equilíbrio por parte do canal, a verdade é que, a partir da semana de desconfinamento, o espaço dado à cultura foi

diminuindo. Durante duas semanas consecutivas enquanto o país desconfinava a TVI24 confinava a cultura.

Quando olhamos para os concorrentes o mesmo já não acontece, sendo que na RTP2, o canal especializado da televisão pública nacional, foi onde se notou uma maior alteração. Contrariamente ao que ocorreu na TVI24, a RTP2 e SICN apresentaram um aumento no espaço dado a programas culturais durante a segunda semana, de 8 a 14 de março, semana em que se iniciou o desconfinamento em Portugal. Porém, os casos destes canais são sensivelmente diferentes. Enquanto que a RTP2, a partir desta semana de desconfinamento continuou a aumentar gradualmente a sua oferta cultural, conseqüentemente aumentou também o espaço dado à cultura, a SICN oscilou um pouco mais, procurando manter um equilíbrio entre os 28 e os 22 programas culturais semanais.

Tendo por base todos estes dados gostaria de tirar algumas conclusões. Acredito que a variável do confinamento e desconfinamento acabou por ser tida em conta de diferentes formas. Numas estações influenciou o aumento de programas culturais de forma mais acentuada, ocorrendo assim um desconfinamento simultâneo da sociedade e da cultura, enquanto que noutras optou-se por confinar a pouca cultura que o canal emite. A verdade é que, com a passagem de confinamento para desconfinamento, os públicos alvos destes três canais sofreram alterações nos seus horários e rotinas diárias. De uma semana para a outra deixamos de ter grande parte dos portugueses em casa e voltamos à dita “normalidade anterior” em que as crianças voltam às escolas e os adultos ao trabalho fora de casa. Estações como a RTP e a SIC tiveram estas alterações em conta e por isso, é possível verificar alterações mais evidentes nas suas tabelas de programação antes e pós desconfinamento. Já a TVI24 absteve-se de efetuar grandes alterações optando por se manter fiel do início ao fim do mês ao seu esquema de programação. Muitas destas alterações, ou não alterações, devem-se essencialmente aos públicos alvos que cada canal procura atingir.

5.4. QUAL O VERDADEIRO ESPAÇO CEDIDO À CULTURA?

Afinal qual é o espaço dado à cultura pelos canais especializados dos três generalistas portugueses? Será então que estes canais cumprem a sua promessa de espaços dedicados a temáticas culturais, destinados àqueles que procuram pelo conhecimento e consumo cultural? O objetivo de todo este projeto é responder a estas questões através da análise dos resultados obtidos. Primeiramente gostaria de explorar um pouco da organização da tabela de programação de cada um destes canais, RTP2, SICN e TVI24. É importante desvendarmos em que dias e em que alturas do dia existe uma maior concentração de programas culturais. Assim, desde logo, podemos começar por entender em que alturas a cultura apresenta um maior espaço de transmissão.

Analisemos a seguinte *tabela 4* que apresenta a totalidade de programas culturais semanais exibidos por cada uma das estações. A tabela que se segue encontra-se previamente subdividida entre o período semanal, composto pelos cinco dias úteis, de segunda a sexta feira, e o fim de semana, este correspondendo ao sábado e domingo. De ressaltar que nesta análise a quinta semana, composta pelos três últimos dias de março, 29, 30 e 31, não contará, uma vez que, não se apresenta como uma semana completa. Com esta tabela procura-se entender em qual destes períodos ocorre uma maior afluência de programas culturais.

Começemos por analisar a contabilização de programas da RTP2. Na primeira semana, semana que vai de 1 a 7 de março, o canal apresenta um total de 61 programas no período semanal, enquanto que no fim de semana aposta em 18. Embora a discrepância seja grande, a verdade é que a totalidade de dias entre cada período é bastante diferente. Se tentarmos efetuar a média concluímos que nos cinco dias úteis desta primeira semana a RTP2 em média libertou 12,2 programas por dia, enquanto que no fim de semana o canal libertou cerca de 9 por dia. Contudo, de realçar que esta correspondeu à semana com a maior discrepância entre a oferta cultural semanal e de fim de semana. Olhemos para as restantes semanas. A segunda semana, semana do desconfinamento, fica marcada pelo aumento de programas tanto semanais como de fim de semana. No total o canal apresentou 59 programas culturais nos cinco dias úteis e 22 no sábado e domingo, ou seja,

em média presenteou as suas audiências com 11,8 diários durante a semana e 11 no fim de semana. Este equilíbrio entre o espaço dado à cultura durante a semana e fim de semana foi continuado até ao final do mês, havendo uma homogeneização na média de programas culturais diários. Prova disso são os valores das restantes semanas em análise. Na terceira semana, os programas diários semanais foram cerca de 14 diários e 12 no fim de semana. Já na quarta semana, embora tenha ocorrido um aumento no número de programas culturais, o equilíbrio intensificou-se, havendo em média cerca de 14 programas diários no período de segunda a sexta feira, e 13,5 de sábado a domingo.

No caso da RTP2 é nítida a tentativa de homogeneização do espaço cultural entre os cinco dias úteis semanais e os dois dias que compõem o fim de semana, ou seja, o canal procura por manter um equilíbrio nas ofertas culturais que programa. Porém, o fim de semana representa a altura da semana com um maior espaço para a cultura. Embora o total de programas semanais seja superior aos de fim de semana, a verdade é que a semana é composta por cinco dias, enquanto que o fim de semana só apresenta dois, ou seja, durante a semana o espaço cultural é mais disperso, sendo que, no fim de semana, o canal destina grande parte da sua programação só à cultura, numa tentativa de atingir os números semanais, mantendo assim o tão desejado equilíbrio.

Olhemos agora para o caso da SICN. Através da análise da tabela é possível compreender que o espaço cultural foi aumentando gradualmente durante as semanas. Na primeira semana o canal apresenta um total de 10 programas culturais nos cinco dias úteis, o que corresponde a uma média de 2 diários, e 9 no fim de semana, representando cerca de 4,5 diários. Desde já é possível compreendermos que quer o número total de programas culturais, quer a discrepância entre a média semanal e de fim semana, é deveras desigual do que acontece na RTP2. A segunda semana surge e aqui a estação aumenta o número de programas. Durante a semana apresenta um total de 13 programas, o que representa em média 2,6 programas diários, e um total de 10 no período de fim semana, simbolizando cerca de 5 programas diários. Os números médios de programas diários apresentados foram-se mantendo estáveis durante as restantes semanas, oscilando pouco nas casas decimais. A terceira semana foi composta por 14 programas semanais, ou seja, cerca de 2,8 programas diários culturais, e 10 programas no fim de semana, o que em média

corresponde a 5 programas diários. Por último, temos a quarta semana, que segue o exemplo das anteriores. De segunda a sexta feira presenteou as suas audiências com um total de 13 programas, o que representa em média cerca de 2,6 programas diários, e de sábado a domingo 9 programas culturais, o que espelha cerca de 4,5 programas diários. Tal como acontece com a RTP2, mas desta vez de forma mais diferencial e marcante, também a SICN cede um maior espaço cultural no período de fim de semana. Muito disto se justifica como consequência deste período temporal apresentar um maior número de pessoas em casa, nomeadamente de pessoas que se enquadram no seu público alvo. Para além disso, como já referido anteriormente, a SICN aposta em cultura leve de entretenimento. No fim de semana, geralmente as pessoas procuram pelo descanso após o encerramento de uma semana de trabalho pesada, ou seja, este público procura por programas de fácil *digestão*, programas estes que facilmente serão encontrados no cardápio de programas culturais que compõem a programação da SICN.

Por último, temos a TVI24, que de todos os canais é o que deixa mais saliente a sua preferência pelo fim de semana para transmissão de programas culturais. A cultura ganha o seu espaço de sábado a domingo, havendo mesmo períodos semanais, de segunda a sexta feira, em que o canal nem um programa cultural apresenta. Em média a TVI24 distribui um programa cultural durante os cinco dias úteis. Em contrapartida, ao fim de semana procura por manter um equilíbrio entre os 8 e os 10 programas culturais. Tal como acontece com a SICN este investimento nos fins de semana acaba por ocorrer devido à procura, por parte destes canais, em agradar aos gostos e necessidades das suas audiências. São ambas estações, em que me arrisco a dizer, que o espaço que dão à cultura nestes seus canais especializados, é o mesmo, ou quase o mesmo, que dão nos seus canais principais.

Já concluímos que as três estações apostam, umas de forma mais vincada que outras, no fim de semana para transmissão de programas culturais, contudo, seria interessante compreender em que alturas do dia é dado um maior espaço à cultura. Será que os períodos do dia fazem diferença na hora de apostar na cultura? Tal como acontece com a semana e fim de semana, também aqui as audiências desempenham um grande papel. O que é que os nossos públicos querem ver de manhã? O que é que eles querem ver à tarde?

Estarão eles agora a ver televisão neste período temporal? São tudo questões que estão na base da formulação de uma programação televisiva.

Agora sem precisarmos de tabelas extras e olhando exclusivamente para as tabelas das programações (*figura I – figura XV*) dos três canais podemos facilmente vislumbrar em que alturas do dia ocorre uma maior concentração de retângulos coloridos, retângulos estes identificadores de programas culturais. No caso da RTP2 os programas culturais ganham mais espaço a partir do início da tarde, por volta da uma da tarde, até, mais ou menos, por volta das quatro e meia da tarde, horário em que a programação passa a ser mais infantil, algo que também ocorre no período da manhã. Outro período temporal onde volta a haver uma grande concentração de programas culturais é o da noite, a partir das oito e um quarto da noite. Como o canal visa também o público mais jovem, as manhãs e os fins de tarde acabam por apresentar uma programação mais infantil, composta por desenhos animados. Ambos os períodos correspondem a alturas em que as crianças, ou ainda estão em casa antes da escola, ou chegaram das aulas.

No caso da SICN a maior aglomeração de programas culturais ocorre no período noturno, muito mais tarde do que acontece na RTP2. Neste cenário o canal apresenta um maior espaço cultural durante a semana a partir do horário das duas da manhã até às cinco da manhã. Já no fim de semana é no período matinal em que se vê mais cultura, havendo um maior espaço para esta entre as seis e as onze da manhã. Há noite é possível também observar um maior espaço dedicado à cultura no período das oito da noite até às cinco e meia da manhã. Relativamente à SICN o espaço de programação é dividido essencialmente entre programas informativos, com destaque das temáticas económicas e políticas, e os programas culturais, estes últimos apresentando um tempo de antena bastante inferior por comparação aos anteriores.

Por fim temos a TVI24 onde o espaço dado à cultura é quase nulo comparativamente aos restantes programas que compõem a grelha de programação. O canal aposta fortemente em programas informativos e desportivos em detrimento dos programas culturais. A maior concentração de programas culturais neste canal, embora bastante pequena, ocorre

no fim de semana no período matinal, que vai das seis às onze da manhã, principalmente ao sábado.

Olhemos então para todos os resultados obtidos ao longo da análise que foi feita neste projeto. Podemos concluir que dos três canais a RTP2 é o que melhor desempenha o seu papel de canal dedicado à cultura. Tanto a SICN como a TVI24 apresentam-se como extensões dos trabalhos realizados nos canais principais, SIC e TVI, respetivamente. Ambos os canais desempenham funções de complementação da informação transmitida no respetivo “*canal mãe*”, algo que não ocorre na RTP2. Embora, também seja um canal dependente de um outro, neste caso da RTP1, o canal público apresenta um trabalho independente do canal principal. O público da RTP1 não é o mesmo que o da RTP2. A RTP2 não se apresenta com um Sub canal onde se desenvolvem mais aprofundadamente as temáticas apresentadas no “*canal mãe*”. Este canal estatal apresenta o seu próprio trabalho, focando-se principalmente em questões culturais. O caso da SICN e da TVI24 é totalmente díspar. Ambas as estações balanceiam, uma melhor que a outra, o espaço dado à cultura com o espaço dado à informação e desporto. Estes canais não apresentam como missão principal a transmissão de programas culturais. A cultura é mais um complemento da sua programação e não o foco principal, contrariamente ao que acontece na RTP2, onde a cultura é ponto central de toda a programação.

O espaço cultural fornecido por estes três canais especializados é bastante heterogêneo. Dos três em causa, o que menos espaço concede é o canal da TVI, a TVI24, seguido de longe pela SICN. Posteriormente, e no topo do ranking de canais que mais espaço destinam a conteúdos culturais, temos a RTP2. Concluo que o único local onde a cultura tem realmente espaço para chegar às audiências é na RTP2, não só pelo tempo e número de programas que disponibiliza, mas também pela diversidade de temáticas culturais que trabalha/oferece na sua programação. Jamais poderemos considerar os canais privados, SICN e TVI24, como canais especializados dedicados à cultura, até porque, o espaço cultural nestas estações é mínimo. Nestas programações a cultura é usada como uma ferramenta para entreter as audiências e assim chegar a mais gente, enquanto que na RTP2 a cultura é distribuída como plataforma de conhecimento, como arte de sabedoria, com o objetivo de educar e estimular o intelecto das audiências.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenrolar do projeto foi possível retirar algumas conclusões que, de certa forma, nos foram indicando o caminho até atingirmos a resposta à questão que tornou este trabalho pertinente, qual é o espaço dado a programas culturais pelos canais especializados dos três generalistas portugueses, RTP2, SICN e TVI24?

Acredito, e tendo por base o desenrolar deste estudo, que quando falamos de espaço televisivo concedido à cultura temos que ter em conta que este nunca será igual em todos os canais, embora todos eles advenham de canais generalistas que os criaram como espaços dedicados a públicos mais restritos que procuram pelo consumo da cultura. A verdade é que, antes de qualquer objetivo e promessa, é necessário ter em conta diversas variáveis que alteram decisões na hora de se criar a tabela de programação. Desde logo, a primeira que ressalta quando falamos de variáveis que influenciam a forma como se faz televisão, é a economia e sustento de cada uma, nomeadamente os patrocínios. As televisões atualmente, e infelizmente, não se autossustentam, estando dependentes de dinheiros externos. Grande parte das receitas destes meios de comunicação advém dos patrocínios, das ditas publicidades infundáveis que nos estragam as sessões de cinema grátis às três da tarde de um sábado. Contudo, quando falamos de patrocínios, temos que entender que esta variante exige o sucesso da televisão noutras variáveis. Para que haja patrocínios é necessário que exista uma audiência forte. É daqui, desta necessidade de financiamento que surgiu a mais recente luta pelas audiências, onde somos

constantemente confrontados com os próprios canais a venderem-se diariamente como a escolha do telespectador.

Esta luta pelas audiências, mas mais ainda, pela sobrevivência do meio de comunicação num mundo onde o online grátis ganha cada vez mais terreno, é um dos principais influenciadores na hora de se criarem as programações, que nós, audiências, vamos consumir. As televisões, mesmo aquelas que se apresentam como ditas generalistas, procuram por satisfazer os gostos e egos da sociedade contemporânea, para assim saírem vencedores, donos da coroa de audiências. Porém, muitas vezes, acabam por se esquecer da sua missão, qual o seu verdadeiro papel na sociedade.

A televisão enquanto um dos meios de comunicação do jornalismo tem mais funções do que ser meramente informativa. É através destes meios de comunicação que cultivamos, neste caso em concreto, e porque é o objeto de estudo neste projeto, a cultura na vida das audiências. Foi, e é, através destes meios, que se eliminam as culturas elitistas em prol de uma cultura de massas, onde todos e qualquer pessoa tem acesso livre e gratuito à cultura. É também através dela, através do jornalismo, que vivemos num sistema democrático, pois a informação e a cultura que ela nos providencia torna-nos pessoas pensantes que aprendem a questionar.

Durante este mês em análise, mês de março, foi possível vislumbrar um crescimento na oferta cultural por parte de dois canais, RTP2 e SICN. A TVI24 foi a que se manteve mais fiel, do início ao fim, à sua programação, ignorando questões novas como a existência de um confinamento, e posteriormente uma primeira fase de desconfinamento. Contudo, é de ressaltar que a pandemia não foi ignorada pelo canal. Na semana de desconfinamento, bem como, na semana que se seguiu, a TVI24 reduziu levemente o espaço dado à cultura. Já na RTP2 e na SICN foi possível verificar então esta aposta nos conteúdos culturais, ocorrendo um aumento do espaço dedicado à cultura após o desconfinamento, ressaltando ainda mais no caso do canal estatal português.

Mas afinal qual é o espaço dado à cultura em Portugal pelos três canais generalistas? Embora o espaço não seja o mesmo nos três canais que se encontram sob análise, o mesmo é bastante pequeno. Em três canais, dois deles pouco ou quase nenhum espaço lhe dão, usando a cultura como um meio para obter audiências. Nestes dois canais, SICN e TVI24, a cultura é um meio e não uma mensagem. Todavia, a luz ao fundo do túnel para a cultura em Portugal faz-se representar pelo nome RTP2, o único canal público português em análise. É na programação do segundo canal que a cultura ganha espaço e passa a ser o foco de toda a distribuição de programas. A missão desta estação é fornecer cultura, nas mais variadas formas e formatos, às audiências enquanto objeto de arte.

Dos três canais em análise a RTP2 é o único que se pode considerar como canal cultural, nenhum dos outros dois se encontram sequer perto desta designação. Ambos apresentam-se bastante semelhantes aos seus canais principais, os “generalistas”, no que toca à programação. São uma espécie de complemento da informação transmitida às audiências no canal principal, neste caso SIC e TVI. Gostaria de ressaltar que estas aspas em generalistas são um erro, mas coloco-as porque não consigo definir estas estações como generalistas, desde logo porque, nenhuma delas cumpre a sua função principal de cobrir todas as temáticas da informação de igual forma, cobrindo ainda os interesses de todos os telespectadores.

Como foi possível verificar, através dos resultados obtidos neste estudo, o espaço dado à cultura é deveras pequeno comparado com outras áreas, como é o caso da área desportiva. Entre estes três canais temáticos temos aqueles que livremente confinam a cultura e aqueles que, pelo oposto, a desconfinam, tornando-a livre de consumo por parte dos portugueses.

Considero que a cultura é merecedora de um maior espaço nas nossas televisões nacionais, até porque, quem somos nós, seres humanos pensantes, sem a cultura? Aos meus olhos a cultura é o nosso ADN (DNA) externo, aquele que nos é concedido já depois de nascermos, mas que inevitavelmente é responsável por nos tornar quem somos atualmente. É através da nossa cultura que tomamos certas decisões, que temos certas

posturas, que definimos os nossos gostos. É através da cultura que abrimos novos horizontes e nos tornamos seres mais cultos, seres dotados de capacidade intelectual tornando-nos seres capazes de impulsionar o mundo. Nesse sentido, considero absurdo o pouco espaço dado a um dos conceitos mais importantes na formação/fundação de uma sociedade, a um dos conceitos que representa um dos grandes pilares de sustentação da sociedade. A cultura não devia ser simplesmente usada como meio de puro entretenimento, sem qualquer conteúdo que nos apele ao pensamento, muito menos por parte dos meios de comunicação. A cultura devia ser a mensagem e não uma ferramenta. Até porque, quem seríamos nós sem a cultura?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adorno, T. (1968). A indústria cultural. [Em linha]. Disponível em <<http://paginapessoal.utfpr.edu.br/cantaran/literatura-e-m-meios-digitais-ppgel/21-de-marco/A%20industria%20cultural%20-Theodor%20W.%20Adorno.pdf>> . [Consultado em 01 de julho de 2021];

Adorno, T. e Horkheimer, M. (1947). *A Dialética do Esclarecimento Fragmentos Filosóficos*. Rio de Janeiro, Zahar;

Adorno, T. e Horkheimer, M. (2002). O iluminismo como mistificação das massas. *In*: Adorno, T. (Ed). *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo, Paz e Terra;

Augusto, M. (2018). Os conteúdos formativos nas grelhas de programação da RTP2: 2003-2017. [Em linha]. Disponível em <<https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/27578>>. [Consultado em 17 de junho de 2021];

Barroso, E. (2002). *Justificação e Crítica do Cinema Português Anos 60/70*. Tese de Doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa;

Barthes, R. (1964). *Ensaaios Críticos*. Lisboa, Edições 70;

Barthes, R. (1978). *Crítica e Verdade*. Lisboa, Edições 70;

Batista, M. (2016). *História da Televisão Portuguesa* [Em linha]. Disponível em <<https://knoow.net/arteseletras/historia-da-televisao-portuguesa/>>. [Consultado em 02 de maio de 2021];

Bauman, Z. (2011). *Culture in a Liquid Modern World*. Cambridge, Polity Press;

Belanciano, V. (2010). *Cultura x3*. [Em linha]. Disponível em <<https://www.publico.pt/2010/05/12/jornal/cultura-x-3-19373333>>. [Consultado em 02 de junho de 2021];

Bell, D. (1971). *Modernidade e Sociedade de Massa: Variedade da Experiência Cultural*. In: *A Indústria da Cultura*. Lisboa, Editora Meridiano, pp. 19-66;

Bordwell, D. (1989). *Making Meaning: Inference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Londres, Harvard University Press;

Borges, G. (2006). *Televisão e cidadania: a participação da sociedade civil na 2: portuguesa*. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/borges-gabriela-televisao-e-cidadania.pdf>>. [Consultado em 02 de maio de 2021];

Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge, Polity Press;

Brandão, N. (2005). *Prime time: do que falam as notícias dos telejornais*. Cruz Quebrada, Casa das Letras.

Brandão, N. (2006). *Prime-Time*. Lisboa, Casa das Letras;

Brandão, N. (2008). *Século XXI Novas Solidariedades e Incertezas*. Lisboa, Edições Universitárias Lusófonas;

Brandão, N. (2010). *As Notícias nos Telejornais – que serviço público para o século XXI?* Lisboa, Guerra e Paz;

Burke, P. (2004). *Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar;

Cádima, F. (1999). *Desafios dos novos media, a nova ordem política e comunicacional*. Lisboa, Editorial Notícias;

Cádima, F. (2011). Públicos, audiência e qualidade: para uma sociologia crítica. Revista Alicerces, 4(4), pp. 363-381. [Em linha]. Disponível em <https://frucadima.files.wordpress.com/2012/05/2011_pc3bpublicos-audic3aancia-e-qualidade-para-uma-sociologia-crc3adtica.pdf>. [Consultado em 01 de maio de 2021];

Carmo, T. (2006). Evolução portuguesa do jornalismo cultural. [Em linha]. Disponível em <https://www.janusonline.pt/arquivo/2006/2006_2_2_9.html>. [Consultado em 15 de março de 2021];

Carvalho, A. (2009). *A RTP e o Serviço Público de Televisão*. Coimbra, Almedina;

Chabot, F. (2009). La diffusion de la culture française dans le monde. Cahiers Français, Jan-Fev;

Coelho, E. (2006). Para Onde Vai a Televisão? Público, p. 22;

Corrêa, C. (2006). Aspectos da teoria da cultura de massa: Uma pequena análise da obra de Gilles Lipovetsky. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Licenciatura, Brasil;

Correia, J. (2011). O Admirável Mundo das Notícias, Teorias e Métodos. [Em linha]. Disponível em <<http://labcom.ubi.pt/livro/26>>. [Consultado em 28 de junho de 2021];

Costa, J. (2003). *Telenovela: Um modo de produção – O caso português*. Lisboa, Edições Universitárias Lusófonas;

Cruz, J. (2002). *Introdução ao Estudo da Comunicação*. Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas;

Cruz, V. (2008). SIC Notícias: o lugar da política: estudo da programação semanal da SIC Notícias no período das 21 às 24 horas. [Em linha]. Disponível em

<<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41034>> [Consultado em 02 de maio de 2021];

Cunha, T. (1999). Medição, técnica e persuasão, *Revista Comunicação e Linguagens*, 1(25-26), pp. 289-291;

Cunha, T. (1999). *A Janela Indiscreta da Crítica*. Comunicação Pessoal;

Cunha, Isabel Ferin (2003). *As telenovelas brasileiras em Portugal*. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-isabel-ferin-telenovelas-brasileiras.pdf>> [Consultado em 02 de maio de 2021];

Cunha, T. (2004). *Argumentação e Crítica*. Coimbra, Minerva Coimbra;

Cunha, Isabel Ferin & Burnay, Catarina (2006). Ficção televisiva em Portugal. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ferin-isabel-burnay-catarina-ficcao-televisiva-portugal.pdf>> [Consultado em 02 de maio de 2021];

Eco, U. (1984). *Apocalípticos e Integrados*. Espanha, Editorial Lumen;

Faro, J. (2012). Jornalismo e crítica da cultura: a urgência da nova identidade. [Em linha]. Disponível em <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2012.143.02/1182>>. [Consultado em 06 de julho, 2021];

Ferin, I. (2002). *Comunicação e Culturas do Quotidiano*. Lisboa, Quimera;

Fernandes, A. (2000). *Televisão do Público: Um Estudo sobre a realidade portuguesa*. [Em linha]. Disponível em <<https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/389/1/32.06.pdf>>. [Consultado em 26 de junho de 2021];

Fernandes, A. (2001). *Televisão do Público - Um estudo sobre a realidade portuguesa (1993- 1997)*. Coimbra, Minerva;

Fernandes, A. (2001). *Um Estudo sobre a Realidade Portuguesa (1993-1997)*. Coimbra, Minerva;

Ferreira, Manuel, Reis, Nuno, & Santos, João (2011). *TVI: O turnaround até à liderança de audiências*. Leiria, Instituto Politécnico de Leiria, Center of Research in International Business & Strateg;

Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Methuen;

Freire, M. e Lopez, D. (2007). *O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz*”. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>>. [Consultado em 16 de março de 2021];

Freixo, M. (2002). *A Televisão e a Instituição Escolar*. Lisboa, Instituto Piaget;

Gadini, S. (2003b). ‘O Jornalismo Cultural na Era da Indústria do Entretenimento’. Trabalho apresentado no I Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília, novembro;

Galamba, S. (2014). A Televisão em Portugal: Um Estudo sobre Géneros Televisivos nos Canais Generalistas em Perspetiva Comparada. [Em linha]. Disponível em <<https://repositorio-iul.iscte.pt/handle/10071/9155?mode=full>>. [Consultado em 26 de junho de 2021];

Gerbner, G. (1967). *Mass media and human Communication theory*. In: Dance, F. (Ed.). *Human Communication Theory*. New York, Holt, Rinehart and Winston, pp. 40-57;

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Cambridge, Polity Press

Gonçalves, G. (1998). Questionamento à volta de três noções: grande cultura, cultura popular e cultura de massas. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/goncalves-gisela-Questionamento.pdf>>. [Consultado em 02 de janeiro, 2021];

Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. London, Lawrence, and Wishart;

Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro, Tempo brasileiro;

Hall, S. (1980). Coding and encoding in the television discourse. [Em linha]. Disponível em <<http://epapers.bham.ac.uk/2962/>>. [Consultado em 08 de setembro de 2021];

Hall, S. (1982). *The rediscovery of ideology: return of the repressed in media studies'*, in McQuail, D. (2003). *Teorias da Comunicação de Massas*. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian;

Infopédia: Dicionário Porto Editora. [Em linha]. Disponível em <<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/cultura>>. [Consultado em 13 de abril, 2021];

Infopédia, Dicionários Porto Editora. [Em linha]. Disponível em <<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/jornalismo>>. [Consultado em 03 de janeiro de 2021];

Jornal de Notícias. (2021). Cronologia dos principais acontecimentos de um ano de covid em Portugal. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.jn.pt/nacional/cronologia-dos-principais-acontecimentos-de-um-ano-de-covid-em-portugal-13400044.html>>. [Consultado em 03, setembro de 2021];

Júdice, N. (2010). *ABC da Crítica*. Lisboa, D. Quixote;

Kristensen, N. (2010). The historical transformation of cultural journalism. *Northern Lights*, 8. [Em linha]. Disponível em <https://www.academia.edu/20479184/The_historical_transformation_of_cultural_journalism>. [Consultado em 16 de março de 2021];

Kovach, B. e Rosenstiel, T. (2001). *Os Elementos do Jornalismo*. Porto Editora;

Kroeber, A. e Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Cambridge, Massachusetts, Peabody Museum;

Laraia, R. (2009). *Cultura: Um Conceito Antropológico*. Rio de Janeiro, Zahar;

Lopes, F. (1999). Serviço público de televisão: a crise, a identidade e os desafios. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-felisbela-servico-publico-tv-crise-1999.pdf>>. [Consultado em 28 de junho de 2021];

Lopes, F. (2005). Os conteúdos no serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma programação. In: M. Pinto (Ed.). *Televisão e cidadania – Contributos para o debate sobre o serviço público*. Porto, Campo das letras, pp. 81-114;

Lopes, F. (2007). *2006: o ano da renovação administrativa das licenças da SIC e da TVI*. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-felisbela-licencas-tv-2007.pdf>> [Consultado em 02 de maio de 2021];

Lourenço, J. (2016). Um olhar sobre o jornalismo de cinema na televisão portuguesa: o caso do Cinebox da TVI24. [Em linha]. Disponível em <<https://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/6871>>. [Consultado em 28 de junho de 2021];

Lusa, (2017). Televisões privadas chegaram mais tarde do que o esperado a Portugal – Balsemão. [Em linha]. Disponível em <https://24.sapo.pt/noticias/nacional/artigo/televisoes-privadas-chegaram-mais-tarde-do-que-o-esperado-a-portugal-balsemao_21891124.html>. [Consultado em 01 de julho de 2021];

Macdonald, D. (1957). A Theory of Mass Culture [Em linha]. Disponível em <https://is.muni.cz/el/phil/jaro2008/ESB032/um/5136660/MacDonald_-_A_Theory_of_Mass_Culture.pdf>. [Consultado em 01 de julho de 2021];

Macdonald, D. (1971). *Massicultura e medicultura*. In: A Indústria da Cultura. Lisboa, Meridiano;

Mattelart, A. e Neveu, E. (2006). *Introdução aos Cultural Studies*. Porto, Porto Editora;

Mcluhan, M. (1992). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Oxford, Oxford University Press;

McQuail, D. (2003). *Teorias da Comunicação de Massas*. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian;

Meditich, E. (1997). O jornalismo é uma forma de conhecimento? [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html>>. [Consultado em 04 de janeiro de 2021];

Melo, A. (2010). Jornalismo Cultural: Pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura. [Em linha]. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>>. [Consultado em 06 de junho de 2021];

Mesoudi, A. (2011). *Cultural Evolution - How Darwinian theory can explain human culture & synthesize the social sciences*. Chicago, University of Chicago Press;

Mesquita, M. (2001). A cultura na primeira página. [Em linha]. Disponível em <<https://www.publico.pt/2001/05/13/jornal/a-cultura-na-primeira-pagina-157678>>. [Consultado em 02 de junho de 2021];

Miranda, N. (2005). Divulgação e jornalismo cultural. In: Rubim, L. (Ed.). *Organização e Produção da Cultura*. Salvador, EDUFBA, pp. 79-98;

Morin, E. (1962). *Cultura de Massas no Séc. XX, O Espírito do Tempo*. Rio de Janeiro, Editora Forense;

Moulin, R. (1992). *L'artiste, l'institution et le marché*. In: Santos, M. (1999). Indústrias culturais: especificidades e precaridades. *Observatório das Atividades Culturais*, 5, pp. 2-6;

Ortega e Gasset, J. (2002). *A rebelião das massas*. São Paulo, Martins Fontes;

Perelman, C. e Olbrechts-Tyteca, L. (1988). *Traité del'argumentation*. Bruxelas, Ed. De l'ULB;

Perelman, C. (1993). *O Império Retórico*. Lisboa, Asa;

Pires, M. (2006). *Teorias da Cultura*. Lisboa, Universidade Católica;

Piza, D. (2003). *Jornalismo Cultural*. São Paulo, Contexto;

Procuradoria Geral Distrital de Lisboa, 2020, Procuradoria Geral Distrital de Lisboa, Lisboa. [Em linha]. Disponível em: <http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=923&tabela=leis>. [Consultado em 28 de setembro de 2021];

Público. (2005). A televisão generalista fica para os pobres? [Em linha]. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2005/10/27/jornal/a-televisao-generalista--fica-para-os-pobres-45906>>. [Consultado em 17, junho de 2021];

[Reis, F. \(2019\)](#). O processo de produção jornalística na SIC Notícias online. [Em linha]. Disponível em <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41034>> [Consultado em 02 de maio de 2021];

Requena, J. e Arias, M. (1994). El texto televisivo. Signos. Teoría y práctica da la educación. [Em linha]. Disponível em <<http://www.gonzalezrequena.com/resources/1994%20El%20texto%20televisivo.pdf>>. [Consultado em 15 de junho de 2021];

Richards, I.A. (1995). *Principles of Literary Criticism*. Londres, Routledge;

Rios, J., Lazzarini, M., e Serrano, V. (1983). *O que é a Cultura*. São Paulo, Brasiliense;

Rivera, J. (1995). El periodismo cultural. Argentina, Paidós;

Robert, S. (2018). O Jornalismo Cultural do PÚBLICO na Era Digital. [Em linha]. Disponível em <<https://run.unl.pt/handle/10362/51213>>. [Consultado em 02 de dezembro, 2020];

Rossi, C. (1980). *O Que É Jornalismo*. São Paulo, Editora Brasiliense;

Santos, M. (1999). Indústrias culturais: especificidades e precaridades. *Observatório das Actividades Culturais*, 5, pp. 2-6;

Santos, M. (1992). “Uma elite intelectual e a difusão do livro nas secções do século XIX. *Análise Social*, 27 (116/117), pp. 539-546;

Santos, M. (2016). A informação televisiva como fonte de cultura na sociedade: estudo de caso: o Telejornal da RTP1. [Em linha]. Disponível em <<https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/20233>>. [Consultado em 27 de junho de 2021];

Santos, R. (2007). *Indústrias culturais: imagens, valores e consumos*. Lisboa, Edições 70;

SIC Notícias, (2017). Francisco Pinto Balsemão recorda o início da SIC. [Em linha]. Disponível em <<https://sicnoticias.pt/especiais/sic-25-anos/2017-10-06-Francisco-Pinto-Balsemao-recorda-o-inicio-da-SIC>>. [Consultado em 05 de junho de 2021];

Silva, D. (2011). *Cultura e Jornalismo Cultural: Tendências e Desafios no Contexto das Indústrias Culturais e Criativas*. Lisboa, Media XXI.

Silva, D. (2011). Possibilidades políticas do jornalismo cultural digital na perspectiva da democracia deliberativa. [Em linha]. Disponível em <<http://www.ec.ubi.pt/ec/09/pdf/EC09-2011Mai-06.pdf>>. [Consultado em 05 de junho de 2021];

Silva, D. (2012). *Cultura & Jornalismo Cultural*. Lisboa, Media XXI;

Silva, D. (2014). A Nova Dimensão Performativa do Jornalismo Cultural – Contributos do Roteiro e da Review. In: Baptista, C. (Ed.). *Cultura na Primeira Página - O Lugar da Cultura no Jornalismo Contemporâneo: Caderno de Reflexões*. Lisboa, Mariposa Azul, pp. 39 – 51;

Silva, D. (2015). Cultural Journalism in a Digital Environment. New Models, Practices and Possibilities. Tese de Doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa;

Sloterdijk, P. (2002). *Desprezo das massas: ensaio sobre lutas culturais na sociedade moderna*. São Paulo, Estação Liberdade;

Soares, B. (2005). Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural – comunicação e teoria crítica da sociedade. *Comunicação e Política*, 23 (2), pp. 229-233;

Sobral, F. (2012). Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva. [Em linha]. Disponível em <<https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/19660>>. [Consultado em 02 de maio de 2021];

Sobreira, V. (2019). A cobertura do cinema no programa "Cartaz" da SIC. [Em linha]. Disponível em <<https://1library.org/document/y9gv92jq-a-cobertura-do-cinema-no-programa-cartaz-sic.html>>. [Consultado em 08 de março de 2021];

Subtil, F. (2006). *Compreender os Media As Extensões de Marshall McLuhan*. Coimbra, Minerva Coimbra;

Sousa, H. e Silva, M. (2004). *Os caminhos incertos da convergência: O caso da Portugal Telecom*. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho;

Traquina, N. (2002). *O que é Jornalismo*. Lisboa, Quimera;

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

Torres, E. (2011). *A televisão e o serviço público*. Lisboa, Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Tylor, E. (1871). *Primitive Culture*. Nova Iorque, Dover Publications;

UNESCO. (2001). Universal Declaration on Cultural Diversity. Portal Unesco. [Em linha]. Disponível em http://portal.unesco.org/en/ev.phpURL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. [Consultado em 15 de dezembro, 2020];

Webster, J. e Litchy, L. (1991). *Rating analysis: theory and practice*. London, Lawrence Erlbaum Associates;

Williams, R. (1975). *Television, technology and cultural form*. Nova Iorque, Schocken Books;

Williams, R. (1976). *Keywords - A Vocabulary of Culture and Society*. Nova Iorque, Oxford University Press;

Wolton, D. (1999). *Pensar a comunicação*. Lisboa, UNB;

Zelizer, B. (2005). Definitions of Journalism. *In*: Overholser, G. e Jamieson, K. (Eds.). *Institutions of American Democracy: The Press*. New York, Oxford University Press, pp.66-80;

APÊNDICES

Cultura na televisão entre confinamento e desconfinamento

Figura III: RTP2, 3ª semana – 15 a 21 de março

RTP2		3ª semana											
Horário	Segunda Feia	Terça Feia		Quarta Feia		Quinta Feia		Sexta Feia		Sábado		Domingo	
MANHÃ	15 de Março	MANHÃ	16 de Março	MANHÃ	17 de Março	MANHÃ	18 de Março	MANHÃ	19 de Março	MANHÃ	20 de Março	MANHÃ	21 de Março
7:00-10:11	Programação Infantil	07:00-3:59	Programação Infantil	7:00-3:59	Programação Infantil	07:00-3:58	Programação Infantil	07:00-10:03	Programação Infantil	07:00	EuroNews	07:00	EuroNews
10:12	Hora do Conto	10:00	Hora do Conto	10:00	Hora do Conto	10:05	Hora do Conto	10:04	Programação Infantil	08:00-12:56	Programação Infantil	08:00-12:43	Programação Infantil
10:14	Vista ao zoológico- Animais	10:05	Animais	10:05	Vista ao zoológico- Animais	10:08	Animais	10:08	Animais				
10:06-10:39	Programação Infantil	10:06-10:19	Programação Infantil	10:06-10:31	Programação Infantil	10:09-10:21	Programação Infantil	10:10-10:22	Programação Infantil				
10:40	O regresso de Lucas	10:40	O regresso de Lucas	10:31	O regresso de Lucas	10:34	O regresso de Lucas	10:35	O regresso de Lucas				
11:28	Egito a Hora mais escura	11:16	Egito a Hora mais escura	11:20	Cidades Secretas	11:20	Cidades Secretas	11:22	Cidades Secretas				
12:12	Escola noturna	12:05	Escola noturna	12:12	Escola noturna	12:15	Escola noturna	12:15	Escola noturna				
12:56	E2- escola superior de C. Social	12:49	Visita Guiada	12:56	Nada será como Dante	12:59	Biosfera						
TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE	
13:25	Sabores	13:25	Sabores	13:25	Sabores	13:25	Sabores	13:00	ESEC-TV	13:16-14:41	Programação Infantil	13:00-15:04	Programação Infantil
13:53	Folha de Sala	13:53	Folha de Sala	13:53	Folha de Sala	13:53	Folha de Sala	13:25	Sabores	14:42	Folha de Sala	15:03	Folha de Sala
14:00	Sociedade civil	14:00	Sociedade civil	14:00	Sociedade civil	14:00	Sociedade civil	13:53	Folha de Sala	14:51	Râguebi	15:11	Texouros da Europa
15:02	A fé dos Homens	15:02	A fé dos Homens	15:02	A fé dos Homens	15:02	A fé dos Homens	14:00	Sociedade Civil	16:10	Nome de Rua	16:30	Caminhos
15:35	Conhecer a Península de Setúbal	15:35	Conhecer a Península de Setúbal	15:35	Conhecer a Península de Setúbal	15:35	As ilhas submersas do Atlântico	15:00	A fé dos homens	16:40	Big Cities	17:00	70x7
16:00	Portugal: Oeste selvagem	16:01	ha do natal: Na terra do caranqueir	16:03	Filhos do Sol	16:00	Filhos do Sol	16:33	As ilhas submersas do atlântico	16:57	Andebol	17:36	Belgravia
16:51-19:53	Programação Infantil	16:53-19:54	Programação Infantil	16:56-19:53	Programação Infantil	16:56-19:53	Programação Infantil	16:53-19:53	Filhos do Sol	16:40	Faga chiva: Fagaool	18:25	Folha de Sala
									Programação infantil	19:10	Cidade com a língua	18:34	O Japão com Joanna Lumley
										19:20	Gaudiopolis: A República das Crianças	19:25	A vida breve de António Fragozo
NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE					
20:09-20:31	Programação Infantil	20:06-20:33	Programação Infantil	20:05-20:32	Programação Infantil	20:05-20:33	Programação Infantil	20:50	Visita Guiada	NOITE		NOITE	
20:37	As últimas horas de Pompeia	20:39	As últimas horas de Pompeia	20:37	Humanidade feita à medida	20:37	Megaestruturas: O Génio de Gustave Eiffel	21:30	Jornal 2	20:37	A grande história do Esqui	21:30	Jornal 2
21:26	Hora da Sorte	21:30	Jornal 2	21:30	Jornal 2	21:30	Jornal 2	22:01	Folha de sala	21:30	Jornal 2	21:50	Página 2
21:30	Jornal 2	22:01	Folha de Sala	22:01	Folha de Sala	22:01	Folha de Sala	22:05	Folha de Sala	22:05	Ventos Contrários	22:05	Folha de Sala
22:01	Folha de Sala	22:05	Ventos Contrários	22:05	Ventos Contrários	22:05	Ventos Contrários	22:49	Du nadas ou afundas	22:04	Folha de Sala	22:05	Chané
22:05	Ventos Contrários	22:48	Nada será como Dante	22:48	Peixe fora d'água	22:49	AMãe e o Mar	00:49	Ultra Sessions	22:14	A Passagem da Noite	23:10	Os 10 anos de Musique en Fête
22:49	Visita Guiada	23:20	Kubrick na Voz de Kubrick	23:16	257 razões para viver	00:24	Cinemax	01:18	Sociedade Civil	23:44	Histórias do Fado	00:45	CINEMAX
23:25	Arde Madrid	00:25	E2- escola superior de C. Social	23:43	A dança das máscaras	01:23	Sociedade Civil	02:19	EuroNews	01:14	Gigantes	01:45	O último arquêto
03:00	In My Room: No meu Quarto	00:56	Sociedade Civil	00:56	Sociedade Civil	02:24	EuroNews	05:47	Lusitana Paixão	02:10	EuroNews	03:00	Vela: America's Cup World
01:58	Sociedade Civil	01:57	Lady Newton e a Felicidade	01:53	EuroNews	05:46	Lusitana paixão	06:32	Repórter África - 2ª edição			05:00	EuroNews
03:00	Vela: World's cup	03:00	Vela: World's Cup	05:47	Lusitana paixão	06:32	Repórter África - 2ª edição						
05:02	ESEC TV	05:02	EuroNews	06:32	Repórter África - 2ª edição								
05:39	EuroNews	05:46	Lusitana paixão										
05:46	Lusitana paixão	06:32	Repórter África - 2ª edição										
06:32	Repórter África - 2ª edição												

Figura V: RTP2, 5ª semana – 29 a 30 de março

RTP2		5ª semana			
Horário	Segunda Feira		Terça Feira		Quarta Feira
MANHÃ	29 de Março	MANHÃ	30 de Março	MANHÃ	31 de Março
07:00-10:14	Programação Infantil	07:00-09:55	Programação Infantil	07:00-09:55	Programação Infantil
10:15	Hora do Conto	09:56	Hora do Conto	09:56	Hora do Conto
10:19	Animais	09:59	Animais	09:59	Animais
10:20-10:31	Programação Infantil	10:00-10:24	Programação Infantil	10:00-10:24	Programação Infantil
10:32	O regresso de Lucas	10:25	O regresso de Lucas	10:25	O regresso de Lucas
11:34	Ícones do século XX	11:13	Ícones do século XX	11:13	Ícones do século XX
12:24	Escola noturna	12:02	Escola noturna	12:02	Escola noturna
		12:49	Visita Guiada	12:49	Visita Guiada
TARDE		TARDE		TARDE	
13:09	E2- Escola Superior da C.Social	13:32	Sabores	13:32	Sabores
13:33	Sabores	14:00	Sociedade Civil	14:00	Sociedade Civil
14:00	Sociedade Civil	15:01	A fé dos homens	15:01	A fé dos homens
15:03	A fé dos homens	15:34	O meu Bairro	15:34	O meu Bairro
15:38	O meu Bairro	16:02	Natureza Mágica	16:02	Natureza Mágica
16:05	Natureza Mágica	16:49 - 20:37	Programação infantil	16:49 - 20:37	Programação infantil
16:50 - 20:35	Programação infantil				
NOITE		NOITE		NOITE	
20:39	Conspiração por decifrar	20:42	Conspiração por decifrar	20:42	Conspiração por decifrar
21:26	Hora da Sorte	21:30	Jornal 2	21:30	Jornal 2
21:30	Jornal 2	22:01	Folha de sala	22:01	Folha de sala
22:01	Folha de sala	22:05	Ventos Contrários	22:05	Ventos Contrários
22:05	Ventos Contrários	22:55	Nada será como dante	22:55	Nada será como dante
22:51	Visita Guiada	23:23	Diamantes	23:23	Diamantes
23:29	Arde Madrid	00:52	Eurodeputados	00:52	Eurodeputados
00:01	Lady MacBeth	01:22	E2- Escola superior de C.Social	01:22	E2- Escola superior de C.Social
01:29	Esec-Tv	01:47	Sociedade Civil	01:47	Sociedade Civil
01:58	Sociedade Civil	02:49	EuroNews	02:49	EuroNews
03:01	EuroNews	05:46	Lusitana Paixão	05:46	Lusitana Paixão
05:45	Lusitana Paixão	06:32	Repórter África - 2ª edição	06:32	Repórter África - 2ª edição
06:32	Repórter África - 2ª edição				

Programação mensal da SICN

Figura VI: SICN, 1º semana – 1 a 7 de março

SIC NOTÍCIAS	# semana												
Horário	Segunda Feira		Terça Feira		Quarta Feira		Quinta Feira		Sexta Feira		Sábado		Domingo
MANHÃ	01 de Março	MANHÃ	02 de Março	MANHÃ	03 de Março	MANHÃ	04 de Março	MANHÃ	05 de Março	MANHÃ	06 de Março	MANHÃ	07 de Março
06:00	Edição da Manhã	06:00	Edição da Manhã	06:00	Edição da manhã	06:00	Edição da manhã	06:00	Edição da Manhã	06:00	Polígrafo	06:05	Panorama BBC
09:45	Espaços & Casas	09:50	Golf Report	09:45	Exame informática	09:45	Contas Poupanças	09:45	Boa cama, Boa mesa	09:35	Primeira Página	07:00	Jornal Síntese
10:00	Jornal do Meio-Dia	10:00	Jornal do Meio-Dia	10:00	Edição do Meio-Dia	10:00	Jornal do Meio-Dia	10:00	Jornal do Meio-Dia	07:00	Jornal Síntese	07:45	Espaços & Casas
11:00	Opinião Pública	11:00	Opinião Pública	10:45	Polígrafo SIC Europa	11:00	Opinião Pública	11:00	Opinião Pública	07:50	Golf Report	08:00	Jornal Síntese
12:00	Jornal do Meio-Dia	12:00	Jornal do Meio-Dia	11:00	Opinião Pública	11:00	Jornal do Meio-Dia	12:00	Jornal do Meio-Dia	08:00	Jornal Síntese	08:45	Boa cama, Boa mesa
				12:00	Edição do Meio-Dia					08:45	Exame informática	09:00	Jornal Síntese
										09:00	Jornal Síntese	09:45	Cartaz Fim de Semana
										09:40	The Next Big Idea	10:00	Jornal das 10
										10:00	Jornal das 10	10:40	Imagens de Marca
										10:40	Espaços & Casas	11:00	Jornal Síntese
										11:00	Jornal Síntese	11:40	Polígrafo
										11:40	Boa cama, Boa mesa	11:45	Golf Report
										12:00	Jornal do Meio-Dia	12:00	Jornal do Meio-Dia
TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE	
13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal
15:00	Edição da tarde	15:00	Edição da tarde	15:00	Edição da tarde	15:00	Edição da tarde	14:45	Edição da tarde	14:05	Jornal das 2	14:10	Jornal das 2
17:55	Jogo Aberto	17:55	Jogo Aberto	17:55	Jogo Aberto	17:55	Jogo Aberto	17:55	Jogo Aberto	14:40	Mobilidade Sic	14:45	Exame Informática
18:55	Jornal das 7	18:55	Jornal das 7	18:55	Jornal das 7	18:55	Jornal das 7	18:55	Jornal das 7	15:00	Jornal Síntese	15:00	Jornal Síntese
19:57	Jornal da Noite	19:57	Jornal da Noite	19:57	Jornal da Noite	19:57	Jornal da Noite	19:57	Jornal da Noite	16:40	Cartaz Fim de Semana	15:15	60 Minutos
										17:00	Jornal Síntese	16:00	Jornal Síntese
										17:40	Imagens de marca	16:45	The Next Big Idea
										18:00	Jornal Síntese	17:00	Jornal Síntese
										18:40	Contas Poupança	17:25	Polígrafo
										19:00	Jornal das 7	18:00	Jornal Síntese
										19:50	Polígrafo	18:35	Volante SIC
										19:57	Jornal da Noite	19:00	Jornal das 7
												19:57	Jornal da Noite
NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE	
21:00	Edição da Noite	21:30	Edição d Noite	21:30	Edição da Noite	21:30	Edição da Noite	21:30	Edição da Noite	21:40	Jornal Síntese	21:20	Polígrafo
23:00	Polígrafo	23:00	Tempo Extra	23:00	Negócios da Semana	23:00	Eixo do Mal	23:00	Expresso da Meia Noite	22:00	Jornal de Sábado	21:50	22 01
00:00	Jornal da Meia-Noite	00:00	Jornal da Meia-Noite	00:00	Jornal da Meia-Noite	00:00	Jornal da Meia-Noite	00:00	Jornal Síntese	13:30	60 Minutos	01:00	Comentários de Luis Marques Mendes
01:15	Primeira página	01:15	Primeira página	01:15	Primeira página	01:15	Primeira página	00:05	Governo Sombra	00:00	Jornal da Meia-Noite	01:25	Isto é gozar com quem trabalha
01:40	Polígrafo	01:40	As Causas	01:40	Toda a verdade	01:40	Eixo do Mal	01:00	Jornal Síntese	00:30	Invasões Bárbaras	01:45	Original é a Cultura
02:40	Primeira página	02:10	Tempo Extra	02:40	Primeira página	02:35	Primeira página	01:25	Primeira Página	01:20	60 Minutos	02:35	22 01
03:00	60 Minutos	03:10	Primeira página	03:10	Negócios da semana	03:00	Toda a Verdade	01:50	Panorama BBC	02:00	Cartaz Fim de Semana	05:35	Boa cama, Boa mesa
03:45	Primeira página	03:35	Toda a verdade	04:10	Contas poupança	03:55	Primeira página	02:35	Primeira Página	02:15	Polígrafo	05:50	Contas Poupança
04:15	Volante SIC	04:30	Primeira página	04:25	Primeira página	04:20	Toda a Verdade	03:05	Expresso da Meia Noite	02:45	Invasões Bárbaras		
04:30	Espaços & Casas	04:55	Boa Cama, Boa mesa	04:55	The Next Big Idea	05:15	Imagens de Marca	04:05	Primeira Página	03:40	The Next Big Idea		
04:40	Original é a Cultura	05:05	Golf Report	05:10	Golf Report	05:30	Carro do ano	04:30	Governo Sombra	03:50	Imagens de Marca		
05:25	Cartaz	05:15	Exame Informática	05:20	Carro do Ano	05:35	Cartaz	05:20	Boa cama, Boa mesa	04:05	Boa cama, Boa mesa		
05:35	Primeira página	05:25	Cartaz	05:25	Cartaz	05:40	Primeira página	05:30	Cartaz	04:15	Volante SIC		
		05:35	Primeira página	05:30	Primeira página			05:35	Primeira Página	04:30	Golf Report		
										04:40	Expresso da Meia Noite		
										05:30	60 Minutos		

Cultura na televisão entre confinamento e desconfinamento

Figura VII: SICN, 2ª semana – 8 a 14 de março

SIC NOTÍCIAS		2ª semana											
Horário	Segunda Feira	Terça Feira		Quarta Feira		Quinta Feira		Sexta Feira		Sábado		Domingo	
MANHÃ	8 de Março	MANHÃ	9 de Março	MANHÃ	10 de Março	MANHÃ	11 de Março	MANHÃ	12 de Março	MANHÃ	13 de Março	14 de Março	
06:00	Edição da Manhã	06:00	Edição da Manhã	06:00	Edição da manhã	06:00	Edição da manhã	06:00	Edição da manhã	06:00	Polígrafo	06:00	Parties, Bars, and Clandestine Restaurants, the Cov
09:45	Espaços & Casas	09:50	Golf Report	09:45	Exame informática	09:51	Futuro Hoje	09:45	Boa Cama, Boa Mesa	06:30	Primeira Página	07:00	Jornal Síntese
10:00	Jornal do Meio-Dia	10:00	Jornal do Meio-Dia	10:00	Edição do Meio-Dia	10:00	Jornal do Meio-Dia	10:00	Jornal do Meio-Dia	07:00	Jornal Síntese	07:45	Espaços & Casas
11:00	Opinião Pública	11:00	Opinião Pública	10:45	Polígrafo SIC Europa	11:00	Opinião Pública	11:00	Opinião Pública	07:45	Golf Report	08:00	Jornal Síntese
12:00	Jornal do Meio-Dia	12:00	Jornal do Meio-Dia	11:50	Opinião Pública	12:00	Edição do Meio-Dia	12:00	Edição do Meio-Dia	08:00	Jornal Síntese	08:45	Boa cama, Boa Mesa
				12:00	Edição do Meio-Dia					08:45	Exame Informática	09:00	Jornal Síntese
										09:00	Jornal Síntese	09:45	Cartaz
										09:45	The Next Big Idea	10:00	Jornal das 10
										10:00	Jornal das 10	10:45	Imagens de Marca
										10:45	Espaços & Casas	11:00	Jornal Síntese
										11:00	Jornal Síntese	11:30	Polígrafo SIC Europa
										11:45	Boa cama, Boa Mesa	11:45	Golf Report
										12:00	Jornal do Meio-Dia- Desporto	12:00	Jornal do Meio-Dia- Desporto
TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE	
13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal	13:00	Primeiro Jornal
14:45	Edição da tarde	14:45	Edição da tarde	13:45	Cartaz	14:36	Edição da tarde	13:45	Cartaz	13:15	Cartaz	13:15	Cartaz
17:55	Jogo Aberto	17:55	Jogo Aberto	14:00	Primeiro Jornal	18:55	Jornal das 7	14:00	Primeiro Jornal	13:30	Primeiro Jornal	13:30	Primeiro Jornal
18:55	Jornal das 7	18:55	Jornal das 7	14:45	Edição da tarde	18:53	Jornal da noite	14:45	Edição da Tarde	14:00	Jornal das 2	14:00	Jornal das 2
19:57	Jornal da noite	19:57	Jornal da noite	17:55	Jogo Aberto	17:55	Jornal das 7	17:55	Jogo Aberto	14:45	Volante Sic	14:45	Exame de Informática
				18:55	Jornal das 7	18:55	Jornal da noite	18:55	Jornal das 7	15:00	Jornal das 2	15:00	Jornal Síntese
				19:58	Jornal da noite	19:53	Jornal da noite	19:53	Jornal da noite	16:00	Jornal Síntese	15:30	60 Minutos
										16:45	Cartaz	16:00	Jornal Síntese
										17:00	Jornal Síntese	16:45	The Next Big Idea
										17:45	Imagens de Marca	17:30	Polígrafo Sic
										18:00	Futuro Hoje	18:00	Jornal Síntese
										18:45	Jornal das 7	18:45	Volante
										18:45	Polígrafo Sic Europa	19:00	Jornal das 7
										19:58	Jornal da Noite	19:58	Jornal da Noite
NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE	
21:00	Edição da Noite	21:30	Edição d Noite	20:15	Cartaz	20:55	Especial de Informação	20:15	Cartaz	20:30	Cartaz	20:30	Cartaz
23:00	Polígrafo	23:00	Tempo Extra	20:30	Jornal da noite	21:37	Edição da noite	20:30	Jornal da noite	20:45	Jornal da Noite	20:45	Jornal da Noite
00:00	Jornal da Meia-Noite	00:00	Jornal da Meia-Noite	21:30	Edição da noite	23:00	Eito do Mal	21:30	Edição da noite	21:30	Jornal Síntese	21:30	Jornal Síntese
01:15	Primeira página	01:15	Primeira página	23:00	Negócios da semana	00:00	Jornal da Meia-Noite	23:00	Expresso da Meia Noite	22:00	Jornal de Sábado	22:00	22 01
01:40	Polígrafo	01:40	As Causas	00:00	Jornal da meia-noite	01:00	Primeira Página	00:00	Jornal Síntese	00:45	Jornal da Meia Noite	01:00	Comentários Marques Mendes
02:40	Primeira página	02:30	Tempo Extra	01:15	Primeira Página	01:19	Liga Europa	00:15	Governo Sombra	00:45	Invasões Bárbaras	01:15	Isto é Gostar com quem Trabalha
03:00	60 Minutos	03:30	Primeira página	01:45	Magazine Liga Europa	01:44	Eito do Mal	01:00	Jornal Síntese	01:30	60 Minutos	01:45	Original é a Cultura
03:45	Primeira página	03:35	Toda a verdade	02:45	Negócios da semana	02:43	Primeira Página	01:15	Primeira Página	02:00	Cartaz	02:15	22 01
04:15	Volante SIC	04:30	Primeira página	03:00	Primeira Página	02:58	Panorama BBC	01:45	Parties, Bars, and Clandestine Restaurants, the Cov	02:15	Polígrafo Sic	03:30	Cartaz
04:30	Espaços & Casas	04:55	Boa Cama, Boa mesa	03:30	Panorama BBC	03:52	Primeira Página	02:30	Primeira Página	02:30	Invasões Bárbaras	05:45	Futuro Hoje
04:40	Original é a Cultura	05:05	Golf Report	04:15	Primeira Página	04:10	Freedom is a Big Word	03:00	Expresso da Meia Noite	03:30	The Next Big Idea		
05:25	Cartaz	05:15	Exame Informática	04:30	Golf Report	05:03	The next big idea	02:45	Primeira Página	03:45	Imagens de marca		
05:35	Primeira página	05:25	Cartaz	04:45	Magazine Liga Europa	05:13	Polígrafo Sic Europa	04:15	Governo Sombra	04:00	Boa cama, Boa Mesa		
		05:35	Primeira página	05:15	Cartaz	05:17	Liga Europa	05:15	Boa Cama, Boa Mesa	04:15	Volante SIC		
				05:44	Primeira Página	05:30	Primeira Página	05:30	Primeira Página	4:30	Golf Report		
										04:45	Expresso da Meia Noite		
										05:30	60 Minutos		

Cultura na televisão entre confinamento e desconfinamento

Programação mensal da TVI24

Figura XI: TVI24, 1º semana – 1 a 7 de março

TVI24	# semana											
Horário	Segunda Feira	Terça Feira	Quarta Feira	Quinta Feira	Sexta Feira	Sábado	Domingo					
MANHÃ	<i>07 de Março</i>	MANHÃ	<i>08 de Março</i>	MANHÃ	<i>09 de Março</i>	MANHÃ	<i>10 de Março</i>					
06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã					
07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	06:32	GTI					
09:00	Noticias	09:00	Noticias	09:00	Noticias	06:55	País 24					
10:00	Hoje é notícia	10:00	Hoje é notícia	10:00	Hoje é notícia	07:30	Diário da Manhã					
12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	10:00	Noticias					
						10:20	Coolbox					
						11:00	Noticias					
						11:41	NIT					
						12:00	Jornal 24					
TARDE		TARDE		TARDE		TARDE						
13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13					
14:37	Jornal 24	14:37	Jornal 24	14:37	Jornal 24	14:24	País 24					
16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	15:00	Noticias					
17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	15:35	GTI					
19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	16:00	Noticias					
19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	16:37	Liga-te à fundação futebol- talks					
						17:02	Docs24- As grandes viagens pelo mundo 3					
						18:00	Noticias					
						18:37	Hora da verdade					
						19:00	Jornal 24					
						19:57	Jornal da 8					
NOITE		NOITE		NOITE		NOITE						
21:27	Jornal 24	21:27	Jornal 24	21:28	Jornal 24	21:31	Noite 24					
22:00	Noite 24	22:00	Noite 24	22:00	Noite 24	22:00	Noite 24					
00:00	Primeira Hora	00:00	Primeira Hora	00:00	Primeira Hora	00:00	Primeira Hora					
01:33	Noite 24	01:33	Noite 24	01:32	Noite 24	01:33	Noite 24					
02:30	Primeira Hora	02:30	Primeira Hora	02:30	Primeira Hora	02:30	Primeira Hora					
04:00	TV Shop	04:00	TV Shop	04:00	TV Shop	04:00	TV Shop					
				02:20	Circulatura do Quadrado	01:15	Coolbox					
				03:13	Primeira Hora	01:45	A lei da bolha					
				04:00	TV Shop	02:57	Emergência nacional					
						03:22	NIT					
						03:46	Histórias que Contam					
						04:00	TV Shop					

Cultura na televisão entre confinamento e desconfinamento

Figura XII: TVI24, 2º semana – 8 a 14 de março

TVI24	2ª semana												
Horário	Segunda Feira	Terça Feira		Quarta Feira		Quinta Feira		Sexta Feira		Sábado		Domingo	
MANHÃ	8 de Março	MANHÃ	9 de Março	MANHÃ	10 de Março	MANHÃ	11 de Março	MANHÃ	12 de Março	MANHÃ	13 de Março	14 de Março	
06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Todos Iguais	06:00	Autores
07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	06:30	GTI	06:45	GTI
09:00	Notícia	09:00	Notícia	09:00	Notícia	09:00	Notícias	09:00	Notícias	06:45	Histórias que Contam	07:00	CoolBox
10:00	Hoje é notícia	10:00	Especial 24	10:25	Hoje é notícia	10:35	Hoje é Notícia	10:25	Hoje é Notícia	07:00	Pais 24	07:30	Diário da Manhã
12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	07:30	Diário da Manhã	10:00	Notícias
										10:00	Notícias	10:45	Liga-te à Fundação - Talks
										10:30	CoolBox	11:00	Notícias
										11:00	Notícias	11:45	Hora da verdade
										11:45	NIT	12:00	Jornal 24
										12:00	Jornal 24		
TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE	
13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13
14:39	Jornal 24	14:39	Jornal 24	14:39	Jornal 24	14:36	Jornal 24	14:38	Jornal 24	14:30	Pais 24	14:00	A culpa é dos economistas
16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	15:00	Notícias	14:45	Notícias
17:55	Mais bastidores	17:55	Mais bastidores	17:55	Mais bastidores	17:55	Mais bastidores	17:55	Mais bastidores	15:30	Liga-te à Fundação - Talks	15:50	Emergência Nacional
19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	15:45	GTI	16:00	Notícias
19:57	Jornal das 8	19:15	Liga do campeões	19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	16:00	Notícias	16:45	Histórias que contam
										16:15	Docs24 - Originais	17:15	Docs24 - Originais
										17:00	Notícias	18:00	Notícias
										18:45	Hora da verdade	19:00	Jornal 24
										19:00	Jornal 24		
										19:57	Jornal das 8		
NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE	
21:27	Jornal 24	20:00	Notícias	21:34	Jornal 24	21:27	Jornal 24	21:34	Jornal 24	21:30	Noite 24	20:00	Jornal das 8
22:00	Noite 24	21:30	Jornal 24	22:00	Liga do campeões	22:00	Noite 24	22:00	Noite 24	23:00	A lei da Bolha	21:30	Noite 24
23:00	Noite 24 (o dilema)	21:50	Liga dos Campeões	22:15	Noite 24	23:00	Noite 24 (o dilema)	23:00	Noite 24 (o dilema)	00:00	Notícias	22:00	Noite 24
00:00	Primeira Hora	23:00	Noite 24	23:50	Circulatura do quadrado	00:00	Primeira Hora	00:00	Primeira Hora	00:15	Observare	22:30	Mais Futebol
01:32	Noite 24 (o dilema)	00:00	Primeira Hora	00:00	Primeira Hora	01:33	Noite 24 (o dilema)	01:32	Noite 24 (o dilema)	01:00	Liga-te à Fundação - Talks	00:00	Notícias
02:30	Primeira Hora	01:31	Liga dos Campeões	01:30	Liga do campeões	02:30	Primeira Hora	02:30	Primeira Hora	01:15	Plástico	01:00	GTI
04:00	TV Shop	02:32	Primeira Hora	01:45	Noite 24	04:00	TV Shop	04:00	TV Shop	01:30	CoolBox	01:15	Plástico
		04:00	TV Shop	02:23	Circulatura do quadrado					02:00	A lei da Bolha	01:30	Hora da Verdade
				03:14	Primeira Hora					03:00	Emergência Nacional	01:45	Mais Futebol
				04:00	TV Shop					03:30	NIT	03:00	Global
										03:45	Histórias que Contam	03:30	Emergência Nacional
										04:00	TV Shop	04:00	TV Shop

Cultura na televisão entre confinamento e desconfinamento

Figura XIII: TVI24, 3º semana – 15 a 21 de março

TVI24	3ª semana												
Horário	Segunda Feira	Terça Feira	Quarta Feira	Quinta Feira	Sexta Feira	Sábado	Domingo						
MANHÃ	15 de Março	MANHÃ	16 de Março	MANHÃ	17 de Março	MANHÃ	18 de Março	MANHÃ	19 de Março	MANHÃ	20 de Março	MANHÃ	21 de Março
06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Todos Iguais	06:00	Autores
07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	06:30	GTI	06:45	Mais Bastidores
09:00	Notícias	09:00	Notícias	09:00	Notícias	09:00	Notícias	09:00	Notícias	06:45	País 24	07:00	CoolBox
10:15	Hoje é Notícia	10:15	Hoje é Notícia	10:15	Hoje é Notícia	10:15	Hoje é Notícia	10:15	Hoje é Notícia	07:30	Diário da Manhã	07:30	Diário da Manhã
11:00	Notícias	11:00	Notícias	11:00	Notícias	11:00	Notícias	11:00	Notícias	10:00	Notícias	10:00	Notícias
11:15	Hoje é Notícia	11:15	Hoje é Notícia	11:15	Hoje é Notícia	11:15	Hoje é Notícia	11:15	Hoje é Notícia	10:30	CoolBox	10:45	Liga-te à Fundação - talks
12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	11:00	Notícias	11:00	Notícias
										11:45	NIT	11:45	Hora da Verdade
										12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24
TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE	
13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13
13:58	Jornal 24	13:58	Jornal 24	13:58	Jornal 24	13:58	Jornal 24	13:58	Jornal 24	14:30	País 24	14:00	A culpa é dos economista
16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	15:00	Notícias	14:45	Notícias
17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	15:45	GTI	15:45	Emergência Nacional
19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	16:00	Notícias	16:00	Notícias
19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	16:45	Liga-te à Fundação - Talks	16:45	Contas Redondas
										17:00	Notícias (pré match)	17:00	Notícias
										18:00	Notícias	18:45	Histórias que Contam
										18:45	Hora da verdade	19:00	Jornal 24
										19:00	Jornal 24	20:00	Jornal das 8
										19:57	Jornal das 8		
NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE	
21:32	Jornal 24	21:36	Jornal 24	21:34	Jornal 24	21:33	Jornal 24	21:33	Jornal 24	21:30	Noite 24	21:30	Jornal 24
22:00	Noite 24	22:00	Liga dos Campeões	22:00	Liga dos Campeões	22:00	Noite 24	22:00	Noite 24	23:00	A Lei da bolha	22:00	Mais Futebol
22:20	Temos aqui um caso	22:15	Noite 24	23:00	Noite 24	23:00	Noite 24 (Dilema)	23:00	Noite 24 (Dilema)	23:40	Notícias 24	23:00	Noite 24
22:40	Noite 24	23:00	Noite 24 (Dilema)	23:50	Circulatura do Quadrado	00:00	Primeria Hora	00:00	Primeria Hora	00:15	Observare	00:00	Notícias 24
23:00	Noite 24 (Dilema)	00:00	Primeira Hora	00:40	Primeira Hora	01:32	Noite 24	01:32	Noite 24	00:40	Liga-te à Fundação - Talks	01:00	GTI
00:00	Primeira Hora	01:32	Liga dos Campeões	01:30	Liga dos Campeões	02:30	Primeria Hora	02:30	Primeria Hora	01:20	Plástico	01:15	Global
01:32	Temos aqui um caso	01:48	Noite 24 (Dilema)	02:15	Circulatura do Quadrado	04:00	TV Shop	04:00	TV Shop	01:35	CoolBox	01:45	Mais Futebol
01:53	CoolBox	02:30	Primeira Hora	03:14	Primeira Hora					02:05	A lei da bolha	02:45	A culpa é dos economistas
02:20	Histórias que contam	04:00	TV Shop	04:00	TV Shop					03:00	Emergência Nacional	03:45	NIT
02:31	Primeira Hora									03:30	NIT	04:00	TV Shop
04:00	TV Shop									03:45	Histórias que Contam		
										04:00	TV Shop		

Cultura na televisão entre confinamento e desconfinamento

Figura XIV: TVI24, 4º semana – 22 a 28 de março

TVI 24	4ª semana												
Horário	Segunda Feira	Terça Feira	Quarta Feira	Quinta Feira	Sexta Feira	Sábado	Domingo						
MANHÃ	22 de Março	MANHÃ	23 de Março	MANHÃ	24 de Março	MANHÃ	25 de Março	MANHÃ	26 de Março	MANHÃ	27 de Março	MANHÃ	28 de Março
06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Diário da Manhã	06:00	Todos Iguais	06:50	Histórias que contam
07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	07:00	Esta Manhã	06:33	GTI	07:01	Emergência Nacional
09:00	Notícias	09:00	Notícias	09:00	Notícias	09:00	Notícias	09:00	Notícias	06:51	Pais 24	07:30	Diário da Manhã
10:15	Hoje é Notícia	10:15	Hoje é Notícia	10:15	Hoje é Notícia	10:15	Hoje é Notícia	10:15	Hoje é Notícia	07:30	Diário da manhã	10:02	Notícias
11:00	Notícias	11:00	Notícias	11:00	Notícias	11:00	Notícias	11:00	Notícias	10:00:00	Notícias	10:34	Liga-te à fundação - TALKS
11:15	Hoje é Notícia	11:15	Hoje é Notícia	11:15	Hoje é Notícia	11:15	Hoje é Notícia	11:15	Hoje é Notícia	10:20	CoolBox	11:00	Notícias
12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	12:00	Jornal 24	11:00	Notícias	11:42	Hora da verdade
										11:10	Pais 24	12:00	Jornal 24
										12:00	Jornal 24		
TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE		TARDE	
13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13	13:00	Jornal da 13
13:58	Jornal 24	13:58	Jornal 24	13:58	Jornal 24	13:58	Jornal 24	13:58	Jornal 24	14:30	NIT	14:12	A culpa é dos economistas
16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	16:00	Tarde 24	15:00	Notícias	15:00	Notícias
17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	17:55	Mais Bastidores	15:11	Observare	15:22	Emergência Nacional
19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	19:00	Jornal 24	16:00	Notícias	16:00	Notícias
19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	19:57	Jornal das 8	16:21	Liga-te à fundação - TALK	16:33	Constas Redondas
										16:37	GTI	17:02	Docs24- Originais
										17:03	Docs 24 - Originais	18:00	Notícias
										18:00	Notícias	18:40	Histórias que contam
										18:38	Hora da verdade	19:00	Jornal 24
										19:00	Jornal 24	19:57	Jornal das 8
										19:57	Jornal das 8		
NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE		NOITE	
21:35	Jornal 24	21:30	Jornal 24	20:04	Notícias	21:30	Jornal 24	21:34	Jornal 24	NOITE	Noite 24	NOITE	Noite 24
22:00	Noite 24	22:00	Noite 24	21:30	Jornal 24	22:00	Noite 24	22:00	Noite 24	21:27	Noite 24	21:55	Noite 24
00:00	Primeira Hora	23:00	O Dilema	22:00	Noite 24	23:45	Primeira Hora	23:45	Primeira Página	23:00	A lei da Bolha	22:30	Especial 24
01:30	Noite 24	23:40	Circulatura do Quadrado	23:50	Circulatura do Quadrado	01:30	Noite 24	01:30	Noite 24	23:55	Notícias	23:13	Noite 24
02:26	Primeira Hora	00:35	Primeira Hora	00:40	Primeira Hora	03:04	Primeira Hora	03:06	DOCS24- Originais	00:54	A lei da Bolha	00:00	Notícias
04:00	TV SHOP	01:35	O Dilema	01:31	Noite 24	04:00	TV SHOP	04:00	TV SHOP	02:45	Liga-te à fundação- TALKS	00:54	GTI
		02:20	Circulatura do Quadrado	02:20	Circulatura do Quadrado					03:01	Plástico- O novo continente	02:12	A culpa é dos economistas
		03:10	Primeira Hora	03:13	Primeira Hora					03:17	CoolBox	02:35	Especial 24
		04:00	TV SHOP	04:00	TV Shop					03:46	Histórias que contam	02:55	Pais 24
										04:00	TV SHOP	03:08	Plástico o Novo Continente
										05:57	Autores	03:25	Emergência Nacional
												03:52	Mais bastidores
												04:00	TV SHOP

Tabela 1: Total mensal de programas culturais vs não culturais

	RTP2	SICN	TVI24
Culturais	391	108	37
Não Culturais	361	775	662
Total de Programas mensais	752	883	699

Tabela 2: Contabilização dos formatos culturais que cada canal apresenta

	RTP2	SICN	TVI24
Cultura	83	65	28
Património	65	26	9
Religião	31	-	-
Dança	1	-	-
Literatura	14	-	-
Música	6	-	-
Filmes/Séries	119	7	-
Documentários	70	10	-
Teatro	2	-	-

Tabela 3: Total de programas culturais por semana

	1º semana - 1 a 7 de março (confinamento)	2º semana – 8 a 14 de março (desconfinamento)	3º semana – 15 a 21 de março (pós-desconfinamento)	4º semana – 22 a 28 de março (pós-desconfinamento)	5º semana – 29 a 31 de março (pós-desconfinamento)
RTP2	79	81	94	98	39
SICN	19	28	25	22	14
TVI24	9	9	8	10	1

Tabela 4: Contabilização dos programas culturais por semana e fim de semana

	1º Semana		2º Semana		3º Semana		4º Semana	
	Semana	Fim de semana	Semana	Fim de semana	Semana	Fim de semana	Semana	Fim de semana
RTP2	61	18	59	22	70	24	70	27
SICN	10	9	15	13	14	10	13	9
TVI24	0	9	0	9	1	7	1	9