

Departamento de Sociologia e Políticas Públicas

**A Televisão em Portugal: Um Estudo sobre Géneros Televisivos nos
Canais Generalistas em Perspetiva Comparada**

Soraia Alexandra Monteiro Galamba

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

José Rebelo, Professor Associado com Agregação

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2014

Departamento de Sociologia e Políticas Públicas

**A Televisão em Portugal: Um Estudo sobre Géneros Televisivos nos
Canais Generalistas em Perspetiva Comparada**

Soraia Alexandra Monteiro Galamba

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

José Rebelo, Professor Associado com Agregação

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2014

Agradecimentos

“Do one thing every day that scares you.”

Eleanor Roosevelt

Se está a ler esta página é porque consegui, e não foi fácil chegar até aqui.

Dedico esta dissertação à minha tia “Zefa”, a despedida foi repentina e sem volta, deixando o vazio da partida com a imensa saudade que ficou, despertando as lembranças que eternamente nos deixou, a ela.

À minha mãe Odete, por saber dizer com um olhar aquilo que mil palavras não dizem, pela confiança que sempre depositou em mim e pelo sentido de independência e luta que me passou ao longo da vida. À minha irmã Ariana, o maior amor da minha vida, porque olhar para ti é a melhor parte do meu dia.

Às minhas avós Rosa e Francisca, exemplos de fé e de dedicação, porque cada ruga vossa é uma história, uma experiência, um conselho para dar, paciência para me aturar, esquecendo por vezes as próprias vidas para viverem a minha, sempre cheias de atenção, de amor e de carinho. À minha tia e madrinha “Aldinha”, porque nela me revejo e porque sempre acreditou que coisas maiores me estariam destinadas.

À família Carreto, porque foram verdadeiramente uma “família” quando a minha não estava por perto.

Ao meu “migo” Luís Duarte, estás comigo nesta estrada há já 6 anos e se existem almas gémeas somos nós, obrigada pelos desabafos, pelos momentos de diversão, de cantoria, de “palhaçada” e de desespero que partilhaste comigo. À “Liana”, obrigada por me ouvires, por acreditares em mim, por me aconselhares e por seres das pessoas mais genuínas que conheço. Ao Ricardo, porque amigos de verdade nos dizem até aquilo que não queremos ouvir mas precisamos, obrigada pelo teu apoio e constante presença na minha vida. Sara e Nídia, o que dizer a vocês? São minhas irmãs, são metade do meu coração, estão comigo há quase 20 anos e sem o vosso apoio incondicional em todos os aspetos da minha vida o caminho teria sido muito mais duro. À minha Kika, o meu tesouro.

Por fim, agradeço a colaboração e disponibilidade de todos os entrevistados. Ao professor Jorge Vieira pela ajuda na estruturação do desenho de pesquisa desta dissertação, ao professor Gustavo Cardoso pelas sugestões, e ao meu orientador, o professor José Rebelo pelas valiosas sugestões e contribuições, sem elas a conclusão desta dissertação teria sido muito mais difícil.

Resumo

A televisão é considerada como um meio de comunicação em constante evolução podendo caracterizar-se por várias fases como a paleotelevisão, a neotelevisão e a hipertelevisão, sinteticamente, a televisão de “todos” passou à televisão do “eu”, sendo que o recetor tem cada vez mais uma posição egocêntrica relativamente ao consumo televisivo. Uma das maiores consequências da evolução da sociedade contemporânea e das suas ideologias identitárias tem sido a passagem da televisão feita para toda a família, para a televisão feita a pensar no individuo, assim como as mudanças nos conteúdos. Atualmente os canais generalistas portugueses enfrentam o desafio de adequar a programação televisiva aos gostos dos consumidores, para fazer face ao fenómeno “audiências”, privilegiando certos géneros televisivos na construção das grelhas de programação. Os canais generalistas privados e o canal generalista de serviço público tentam hoje adaptar-se à contemporaneidade, à migração dos públicos para os canais temáticos e à convivência com diferentes meios de difusão e diversas formas de consumo. Nesta dissertação, o objetivo principal assenta no apurar das diferenças relativas à presença de certos géneros televisivos nos canais RTP1, SIC e TVI, recorrendo a métodos de análise de conteúdo das grelhas de programação e da realização de entrevistas a diretores de programação e de audimetria e estudos de mercado.

Palavras-Chave: Televisão; Portugal; Canais Generalistas; Géneros Televisivos; Audiências; RTP1; SIC; TVI;

Abstract

Television is regarded as a communication media in constant evolution and can be characterized by several phases as “paleotelevision”, “neotelevision” and “hipertelevisión”, synthetically, the television of "all" went to be the television of "I", and the receiver has increased an egocentric position on the television consumption. One of the major consequences of the evolution of contemporary society and its identity ideologies has been the transition from “television to the whole family”, made for “television of the individual”, as well as the changes in contents. Currently, the portuguese generalist channels face the challenge of television programming to suit consumer tastes, to tackle the phenomenon "audiences", privileging certain genres of television in the construction of programming schedules. Private generalist channels and the general public service channel are trying to adapt to the contemporary, the migration of audiences to thematic channels and the interaction with different media outlets and various forms of consumption. In this thesis, the main objective is based on determining the differences concerning the presence of certain genres of television on RTP1, SIC and TVI, using methods of content analysis of programming schedules and conducting interviews with directors of programming and audience measurement and market studies.

Keywords: Television; Portugal; Generalist Channels; Television Genres; Audiences; RTP1; SIC; TVI;

Índice

Índice de Quadros	vii
Índice de Figuras	viii
Glossário de Siglas	ix
Introdução	1
Capítulo I – Televisão Generalista «em Português»	3
1.1 Breve olhar sobre a história e evolução dos canais RTP1, SIC e TVI.....	3
1.2 Institucionalidade: Serviço Público e Serviço Privado de Televisão – “O Caso Português”.....	5
1.2.1 Televisão Relacional VS Televisão Mensageira.....	7
1.3 Programação Televisiva: Grelhas de Programação nos Canais Generalistas.....	8
1.4 Audiências em Mudança – A concorrência no Prime-Time e o aparecimento dos canais temáticos.....	12
Capítulo II – Da Televisão de todos à Televisão do Eu	17
2.1 Televisão – Uma Abordagem Sociológica.....	17
2.2 Da Televisão do Monopólio à Televisão do Espectador.....	18
2.3 A Televisão no Mundo Contemporâneo – Perspetivas e Desafios.....	20
Capítulo III – Trabalho Empírico	23
3.1 Metodologia.....	23
3.2 Resultados.....	27
Conclusão	41
Fontes	44
Bibliografia	45
Anexos	I
Anexo A.....	I

Anexo B : Trabalho Empírico.....	III
Anexo C: Guião das Entrevistas.....	XIII
Curriculum Vitae.....	XIV

Índice de Quadros

Quadro 1.1 – Minutos Médios Diários de Emissão por Género de Programa e respetiva percentagem sobre o total de minutos, 2008.....15

Quadro 1.2 – Audiência por Género de Programa (%), 2008.....15

Índice de Figuras

Figura 1.1 – Evolução do Número Total de Alojamentos Cablados ¹ em Portugal (milhares), 2000 a 2008.....	12
Figura 1.2 - Evolução média das quotas de mercado em “Prime-Time”, 1999 a 2008 (%)...14	
Figura 3.1 – Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal RTP1, 2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013 (%)	30
Figura 3.2 – Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal SIC, 2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013 (%).....	32
Figura 3.3 – Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal TVI, 2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013 (%).....	34
Figura 3.4 – Géneros televisivos presentes na programação de Segunda-Feira nos Canais RTP1, SIC e TVI , 2003, 2005, 2007, 2009, 2011, 2013 (%).....	35
Figura 3.5 - Géneros televisivos presentes na programação de Domingo nos Canais RTP1, SIC e TVI, 2003, 2005, 2007, 2009, 2011, 2013 (%).....	36

Glossário de Siglas

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

TVI – Televisão Independente

BBC - British Broadcasting Corporation

TDT – Televisão Digital Terrestre

ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações

INE – Instituto Nacional de Estatística

ERC – Entidade Reguladora Para a Comunicação Social

OBERCOM – Observatório da Comunicação

INTRODUÇÃO

Com o aparecimento de novas tecnologias, de diversos métodos de difusão de conteúdos e da cada vez maior individualidade dos públicos, a televisão generalista vê-se hoje inserida numa panóplia de desafios que obriga os programadores a repensar as estratégias de programação com base na captação do maior número de audiências, fundamentais na maior parte dos casos para a própria sobrevivência do canal. No caso português, pode afirmar-se a passagem de uma fase de paleotelevisão, marcada pelo controlo estatal que condicionava em muito a atividade do primeiro canal de serviço público, para uma fase de neotelevisão onde é possível encaixar o aparecimento dos canais privados, pela necessidade de diversificação da oferta que se começou a fazer sentir. Confrontados com a chamada “era da concorrência” os programadores dos canais generalistas portugueses concentram os seus esforços na construção de grelhas de programação baseadas em critérios de custo, audiência e imagem onde o género televisivo tem de facto o papel central.

Esta dissertação, decorrente do Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação tem como principal propósito a análise da programação televisiva dos canais generalistas portugueses tendo em conta os géneros presentes nos programas que constam das suas grelhas de programação. Deste modo, surgiu a seguinte questão de investigação: “Quais as diferenças entre os canais generalistas relativamente aos géneros televisivos dos programas que emitem?”. Associados a esta questão serão avaliadas cinco hipóteses exploratórias interligadas a objetivos fundamentais para este estudo de onde constam a análise da evolução histórica da televisão e da programação televisiva em Portugal, o apurar dos géneros televisivos em que os canais generalistas têm vindo a apostar no período prime-time, perceber também se existem diferenças na programação dos canais generalistas privados quando comparados com os públicos, investigar os fatores responsáveis pelo incremento ou diminuição da presença de certos géneros televisivos na grelha de programação dos canais generalistas na atualidade e por fim, entender que tipo de desafios enfrenta a televisão contemporânea e que mudanças estão a acontecer no universo da programação televisiva.

A estratégia metodológica adotada para a realização desta dissertação assenta em três fases. Primeiramente decidiu optar-se pela pesquisa comparativa que engloba ambas as análises qualitativas e quantitativas, recorrendo ao método de análise de conteúdo. Relativamente à análise de conteúdo quantitativa a mesma incidiu numa análise diacrónica das grelhas de programação dos canais generalistas em estudo (RTP1, SIC e TVI) nos anos 2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013 de forma a que se categorizassem frequencialmente os

programas por género televisivo com a posterior construção de uma grelha de análise que tem por objetivo a perceção das principais diferenças entre os mesmos numa lógica de dia, mês e ano de emissão. Numa segunda fase analisaram-se dados secundários provenientes de alguns estudos que de alguma forma complementaram e permitiram a realização de uma analogia com os resultados obtidos. A análise de conteúdo qualitativa passou pela realização de entrevistas semidiretivas a diretores de programação, de audimetria e de estudos de mercado dos respetivos canais generalistas em análise, com o objetivo de delinear o que é a programação televisiva de cada canal em estudo.

A presente dissertação de mestrado procura ser um contributo para o campo da programação televisiva portuguesa, primeiramente porque apesar de se encontrarem alguns estudos neste âmbito, muitos se encontram desfasados do contexto social e económico atual não revelando dados recentes neste segmento. Em segundo lugar, é de extrema importância perceber a estratégia de programação atual realizada em ambos os canais generalistas privados e canal de serviço público portugueses, observando-se com base numa análise diacrónica os fatores que proporcionam a escolha de privilegiar certos géneros televisivos nas grelhas de programação. Por último, esta dissertação vem complementar estudos sobre a história e evolução da televisão portuguesa, assim como, das diversas teorias que envolvem esta temática.

CAPÍTULO I - TELEVISÃO GENERALISTA «EM PORTUGUÊS»

1.1 Breve olhar sobre a história e evolução dos canais RTP1, SIC e TVI

A história do panorama televisivo em Portugal remete-nos para os anos 50 quando se iniciaram os estudos para a possibilidade de implantar um serviço de televisão em território nacional, mais propriamente 1956, data em que se iniciaram as primeiras emissões da RTP. Estas emissões eram inicialmente experimentais e apresentavam uma programação composta na sua maioria por músicas, filmes e revistas filmadas. Este primeiro canal garantia na altura a sua sobrevivência pelo capital do Estado e de acionistas como emissoras de radiodifusão privadas e capitais particulares pertencentes a instituições bancárias (Sobral, 2012:145). A 7 de Março de 1957 iniciam-se as emissões oficiais da RTP, época em que o papel da televisão se centrava num âmbito de distração e pretensão pelo contexto ditatorial político em que o país estava inserido. Esta fase da televisão portuguesa é caracterizada pelo monopólio estatal que acabava por condicionar em grande medida a programação do primeiro canal, este delimitado a emitir géneros como a ficção e a informação (Coelho, 2006:22).

A televisão anterior a 25 de Abril de 1974 é vista por Eduardo Torres (2011:48) como um megafone do regime salazarista-marcelista, promotora de uma visão pastoral, onde era notória a intervenção estatal e a inclusão de publicidade, aspetos que ainda hoje se manifestam e que marcaram e marcam a história e a programação deste canal. Surge a 25 de Abril de 1968 o segundo canal, e passados dez anos marcados por um regime político totalitário que acaba por cair com a Revolução do 25 de Abril de 1974, a RTP, depois de sofrer ocupação militar, nacionaliza-se¹.

A televisão portuguesa entra numa nova fase destacando-se por uma acentuação de uma programação inclinada para o entretenimento, onde programas como a *Visita da Cornélia*² e *Gabriela*³ emitidos em 1977 despoletam uma transformação marcante na televisão portuguesa originando uma sociedade cada vez mais focada no consumo mediático. A 7 de Março de 1980 iniciam-se as emissões a cores e com elas surgem as primeiras telenovelas portuguesas, formato que mostrava ser apreciado pelo público português tendo em conta as telenovelas brasileiras que eram emitidas no primeiro canal. Os portugueses identificavam-se

¹ A 2 de Dezembro de 1975 pelo Decreto-Lei nº674-D/75, surge a empresa pública RTP – Radiotelevisão Portuguesa, EP, pela nacionalização das posições sociais no capital da RTP que não pertenciam ao Estado.

² “Visita da Cornélia”, apresentado por Raúl Solnado, foi o primeiro concurso televisivo nacional a ser emitido.

³ “Gabriela”, uma adaptação do romance do escritor brasileiro Jorge Amado, foi a primeira telenovela brasileira a ser transmitida em Portugal.

com os conteúdos e temáticas apresentadas nas telenovelas, vendo nelas um agente de modernização, pelo que o sucesso do formato fez com que a RTP procedesse ao aumento do número de telenovelas a ser emitidas anualmente. A seguinte e profunda transformação no panorama televisivo dá-se nos anos 80 onde a necessidade de se diversificar a oferta devido aos diversos gostos do público começa a fazer sentir-se. Esta necessidade culmina na segunda revisão constitucional de 1989 que permitiu o aparecimento dos primeiros canais privados, depois de vários anos em que o canal RTP beneficiou de uma presença hegemónica (Sobral, 2012:147). A 6 de Outubro de 1992, a SIC começa a operar as suas primeiras emissões, seguindo os mesmos passos a TVI a 20 de Fevereiro de 1993. O surgimento dos canais privados originou diversas mudanças na programação televisiva portuguesa, a título de exemplo a SIC apresenta um noticiário onde era possível ver pela primeira vez o local onde eram fabricadas as notícias e a TVI adere ao género televisivo *reality show*, conquistando novos tipos de público e transformando o comum cidadão no principal protagonista do entretenimento (Lopes, 2007:7).

Os contratos de concessão do serviço público de televisão entre o Governo e a RTP são assinados em 1993 e 1994, permitindo o assegurar de uma televisão de serviço público, e é também nesta época que se iniciam as transmissões experimentais da televisão por cabo, aumentando a oferta de serviços de televisão em Portugal. Com dois canais generalistas públicos e dois privados foi evidente o aparecimento da chamada “era da concorrência” (Sobral, 2012:148) onde a luta pelas audiências se acentuava e onde os programas informativos, os concursos, as comédias televisivas, as telenovelas, as séries e o entretenimento começaram a ganhar cada vez mais destaque nas grelhas de programação. No início do novo milénio o panorama dos canais generalistas volta a alterar-se, principalmente devido ao facto dos operadores privados terem transformado a forma de se fazer televisão “ao nível dos conteúdos, géneros, protagonistas, estilo, visual, dinamismo, grafismo e relações com as audiências” (Torres, 2011:52 In Sobral, 2012: 150). No caso da RTP, o canal foi alvo de uma reestruturação⁴ não só devido à perda de audiências mas também a uma crise financeira acentuada. A SIC, líder de audiências desde 1995 perde o lugar para a TVI, primeiro no horário nobre e depois nos restantes em 2005, principalmente devido ao fenómeno do *reality show* “Big Brother”. Controlada anteriormente pela Media Capital, a nova líder de audiências (TVI) passava agora a ser do Grupo PRISA. A concorrência aumenta

⁴ Em 2002 é implementado na RTP, o programa Fénix com vista a reestruturar o canal que na altura passava por uma situação complicada caracterizada principalmente pela crise financeira e pelo decréscimo das audiências, resultado da concorrência direta com os operadores privados

progressivamente entre os canais levando ao aumento do horário de prime time e a uma “subordinação das grelhas ao fator rentabilização” (Sobral, 2012:149). Os 50 anos de emissões televisivas em Portugal são comemorados em 2007 e um ano depois é implementada a Televisão Digital Terrestre (TDT) que permitiu que se difundissem serviços digitais e interativos e principalmente a transmissão de mais canais digitais.

De 2008 a 2010 e segundo dados⁵ da Marktest a TVI liderou as audiências em todos os meses do ano, sendo que a RTP1 e a SIC estiveram próximas nos seus resultados.

1.2 Institucionalidade: Serviço Público e Serviço Privado de Televisão – “O Caso Português”

José Rebelo (2007: 75) afirma que o serviço público de televisão passou a concorrer com o privado no início dos anos 90, e similarmente ao que se passava na maioria dos países europeus, o estado Português tinha duas funções, por um lado a de operador e por outro a de regulamentador. É interessante proceder-se à análise das diferenças entre o serviço público e o serviço privado de televisão, pois estes têm características diversificadas principalmente no que toca ao fenómeno audiências, algo que pode também explicar as mudanças implícitas nas diversas fases do panorama televisivo. O conceito de serviço público pode ser considerado primeiramente como um “serviço”, o que evidencia que existe uma necessidade por parte da população de ser atendida, e “público” porque é um tipo de atendimento que não pode ser efetuado por empresas comerciais (Leal Filho, 1997: 18 *in* Brandão, 2005: 83).

Antes de se avançar propriamente com a análise do serviço público e privado de televisão, o autor Eduardo Cintra Torres, refere que é importante a noção de interesse público. De acordo com o autor, há dois modos de olhar o interesse público: o modelo de mercado e o modelo de esfera pública. O modelo de mercado está assente na estratégia do lucro como sendo o seu ultimo objetivo, e padroniza os cidadãos enquanto consumidores. Quanto ao modelo de esfera pública, este defende que os media não podem ser tratados apenas como produto, e devem sim divulgar a informação e difundir temáticas que permitam a construção de debates plurais e valores de igualdade (Croteau,2005; Habermas, 1962;37-42).

Para que os media atuem em conformidade com o interesse público, e para que o serviço público possa de alguma forma ser realizado há alguns critérios que têm de ser cumpridos, tais como, a universalidade, a diversidade e pluralismo de ideias e conteúdos, a

⁵ De acordo com a empresa de audimetria Marktest, no ano de 2009 a TVI liderava o share de audiências com 28.7%, seguindo-se a RTP com 24.0% e a SIC com 23.4%. Em 2010 a tendência manteve-se liderando uma vez mais a TVI com 27,4% de share de audiência, a RTP em segundo lugar com 24.2% e a SIC com 23.4%.

informação substantiva e contextualizada, a promoção da cidadania e de uma democracia participativa e o desenvolvimento da literacia mediática. “A entrada dos operadores privados de televisão no mercado alterou todo o panorama dos media em Portugal(...)” (Baccega et. Al, 2009: 207). Na visão de Joaquim Fidalgo (2003: 27-29 *in* Brandão, 2005: 85) o autor enumera seis pontos chaves que definem a verdadeira lógica de serviço público de televisão, veja-se:

1 - um serviço público de televisão não é apenas uma lista de programas *à la carte*, mas uma programação global, integrada, com uma linha condutora própria e objetivos bem definidos(...) 2 – uma televisão de serviço público significa também uma certa “postura” e uma atitude global em termos “éticos” sobretudo no modo como encara os potenciais recetores(...) 3 - uma televisão de serviço público é diferente de uma televisão “com” programas de serviço público(...) 4 – a lógica de uma televisão de serviço público não deve ser uma lógica de “serviço mínimo”(...) 5 – a lógica de serviço padrão de televisão pública, funcionando como garante de uma oferta televisiva universalmente acessível e contemplando os ingredientes básicos de informação/ formação/ entretenimento, além de assegurar uma alternativa permanente às televisões de lógica comercial (...) 6 – desenvolver uma “identidade própria” (...) devendo alargar-se também ao próprio “estatuto” do operador.

Relativamente à televisão privada e às inúmeras definições e conceitos que a podem definir, a mesma pode ser considerada como “televisão comercial” cujo objetivo é alcançar o “máximo investimento em publicidade” para que se maximizem os lucros e audiências que fidelizem o maior número de espectadores (Bustamante, 2003: 75 *in* Brandão, 2005: 89). Para Ana Paula Fernandes (2001: 65) citando Paquete de Oliveira (1999: 1009):

o debate entre a televisão pública e a televisão privada (...) tem protagonizado no espaço público dos mais diversos países esta questão (...) o ataque à televisão pública, eixo polarizador desta questão – media/privados, media/públicos – na Europa (...) só nos anos 80 veio a obter medidas concretas, exatamente pelas diferentes etapas e meios de implementação da desregulamentação.

A autora refere que o aparecimento da televisão privada em Portugal associa-se a fatores externos e internos dos media. José Rebelo (1993: 653-677 *in* Fernandes, 2001: 67) reconhece que pela privatização da televisão aumentaram-se a pluralidade da informação, o seu inovar e o seu ousar, além do que, foi alargado o espaço discursivo fazendo com que a concorrência favorecesse a internacionalização da imprensa escrita.

As estações passaram a entrar e a competir numa guerra desenfreada pelo nível de audiências mais elevado. Apesar de tudo, existiram consequências positivas como a diversificação da oferta e o aparecer de novos géneros televisivos relacionados com a informação.

Cádima (1999: 63) faz referência a Pete Meener, antigo diretor do setor de pesquisa da BBC, que acreditava que “maximizar a parte de audiência é um bom objetivo de gestão para a televisão comercial, mas não para o serviço público”. Meener considerava que não havia compatibilidade entre a parte audiência e a parte diversidade, isto porque a qualidade de um serviço público tem de ser ponderada em função da complementaridade aos privados, da oferta e da promoção da cultura e da sensibilidade do público.

1.2.1 Televisão Relacional VS Televisão “Messageira”

A discussão do tipo de programação que apareceria com a televisão privada esteve em foco durante vários anos. As leis do comércio tornaram-se o principal motivo de guerra do audiovisual onde o conceito sedução ganha novo sentido, nomeadamente para o aumento das receitas de publicidade. Dominique Mehl, referia na sua obra “La Fênetre e le Miroir” que a programação que se constrói vai muito além dos interesses comerciais, sendo que uma outra forma de televisão está a ser criada, assim como uma nova conceção dos meios de massa. Estamos a testemunhar o nascimento da televisão relacional (Mehl, 1992: 15). Muitas foram as mudanças trazidas aos meios de comunicação e principalmente ao conteúdo que estes transmitem. Os meios de comunicação começam a ser concebidos como ferramentas de distribuição de informação e de entretenimento mas principalmente começa a existir a construção da relação entre os artistas e o público, os políticos e os cidadãos, jornalistas e apresentadores e entre todos os que estão no estúdio.

A principal característica da televisão relacional é por assim dizer o convívio. O pequeno ecrã destina-se agora a revelar o compartilhamento, e a abolição de hierarquias, existe uma solidariedade elementar em compartilhar prazeres diários, e o individuo encontra-se agora no centro do dispositivo. O relacionamento passa a ter um papel mais importante, onde a comunicação não se estende apenas entre os cidadãos, mas por exemplo entre um político, ou um cantor, ou pelo facilitador favorito do espectador. Fundamentalmente, começa a existir uma fusão entre as personagens presentes no ecrã e os telespectadores que estão a assistir. A televisão é agora construída com base numa relação de confiança entre os espectadores e os criadores de programas, onde a interatividade é o objetivo relacional final. A televisão relacional é impulsionada pela demanda. O telespectador decreta, e os programas

são criados de acordo com os seus gostos e escolhas, ao que ajuda a panóplia de programação que tem ao seu dispor. Este tipo de televisão (relacional) aposta mais nas emoções do que na reflexão apoiando-se no tipo de emoção popular com o objetivo de gerar um retorno, mobilizando mais os sentimentos do que o conhecimento. A televisão do tipo mensageira, termo usado por Dominique Mehl na já referida obra, difere, portanto, substancialmente da orquestração da televisão relacional. Esta televisão aposta no conhecimento e na reflexão do espectador, mobilizando-o para o seu apetite para o conhecimento, mais do que o seu desejo de reconhecimento. A curiosidade é mais suscitada do que as emoções, sendo que o principal objetivo é a contribuição para o enriquecimento intelectual do espectador.

Como já foi referido anteriormente a televisão relacional assenta na demanda, enquanto que a televisão mensageira parte de uma oferta dinâmica, concentrando-se nas suas opções de programação. Um dos primeiros objetivos é transmitir informações para os ouvintes, para que estes possam ser informados acerca de questões pertinentes e revelando-lhes aspetos desconhecidos e criar possivelmente debate.

1.3 Programação televisiva: Grelhas de programação nos canais generalistas

O mercado televisivo português é constituído por quatro canais, dois públicos e dois privados, e ainda os canais por cabo que como já foi referido levaram a uma cada vez maior desfragmentação das audiências. Apesar de tudo, existiram consequências positivas com o nascer dos canais a cabo, como a diversificação da oferta e o aparecer de novos géneros televisivos relacionados com a informação. Os géneros televisivos, têm definições extensivas apelando a determinados conteúdos que mudam constantemente. Os hábitos de receção, os sistemas de atenção dos espectadores, a importância atribuída ao programa e os critérios de programação são quatro indicadores que estão associados à função comunicativa de cada género televisivo (Fernandes, 2001: 118). Com as revoluções tecnológicas que decorriam dos anos 80, o panorama televisivo europeu sofreu grandes mudanças, principalmente no modelo televisivo que até então tinha estado assente em bases de serviço público. É a partir deste momento, que as estações privadas promovem uma nova conceção dos programas com o objetivo de obterem mais audiências e por conseguinte, mais receitas publicitárias.

Nuno Brandão (2005: 64.), relativamente à temática da programação refere 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.

De acordo com o autor existem “duas posturas diferentes de encarar a programação”, por um lado há quem afirme que a programação televisiva “deve responder às necessidades do público (...) e, portanto, é preciso dar respostas concretas a necessidades concretas”, por outro lado há quem acredite ser necessário “responder não apenas às necessidades primárias(...) das audiências, mas ir mais longe na diversidade da oferta”(Correia, 1998: 11 *in* Brandão, 2005 :64).

Os programadores organizam a distribuição dos seus programas em quatro períodos do dia, sendo eles: *daytime*, *access to prime time*, *prime time* e *late night*. Assiste-se atualmente, e desde as mudanças que ocorreram em termos televisivos na Europa ocidental (privatizações e desregulamentação) a uma crise da audiência como público, onde o maior objetivo tanto para estações privadas como públicas é maximizar a audiência.

Deste modo, é correto dizer-se que se assistiu à transformação da audiência como público para a audiência como mercado. Relativamente à organização estratégica da grelha de programas, no estudo⁶ sobre a televisão do público de Ana Paula Fernandes, as grelhas dos canais generalistas a nível nacional foram caracterizadas como compósitas⁷ (programação que contém todos os géneros), ou federativas⁸ (programação concebida para a heterogeneidade do grande público). Neste caso, a RTP1, a SIC e a TVI apresentavam uma grelha federativa, enquanto que a RTP2 apresentava uma grelha compósita. A grande diferença entre estes dois tipos de programação assentava no facto de uma (federativa) seguir o que o público quer ver, e no caso de outra (compósita) ser o responsável de programação a determinar o que mostrar

⁶ Fernandes, Ana Paula (2000). “Televisão do Público: Um Estudo sobre a realidade portuguesa, *Sociologia, Problemas e Práticas*, (32), pp. 117-145.

⁷ Programação Compósita: “O objetivo não é a procura dos públicos mas a coerência dos programas; Verificam-se particularidades de visionamento segundo as horas; Combina duas preocupações: a audiência e a imagem” (Fernandes, 2001: 80)

⁸ Programação Federativa: “Cada faixa horária tem a sua missão, sendo que durante o dia se destina a pessoas inativas; A partir das 18h, a programação destina-se a todos os elementos da família apresentando emissões para distrair e atenuar a fadiga de um dia de trabalho; Entre as 20.30 e as 21h, as emissões destinam-se aos pais e procuram satisfazer todas as pessoas; O fim da noite apresenta programas mais instrutivos/culturais mas que nem as crianças nem as pessoas que trabalham podem assistir; Formatos que variam segundo a época e o género e diminuição de alguns géneros televisivos” (Idem)

ao público. Tendo em conta a visão de Dominique Mehl acerca das grelhas de programas, a autora afirma que estas podem funcionar como um meio de concorrência que tanto pode ser considerada por mimetismo ou complementaridade entre as televisões.

No caso da concorrência por mimetismo, a grelha é elaborada pelo programador de modo a que esta se identifique com a estação de televisão em que está inserida, mas também com a programação de outras televisões tendo em vista a conquista das audiências. Neste tipo de concorrência os canais optam por passar “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” (Fernandes, 2001: 81). Já na concorrência por complementaridade, também chamada de “contraprogramação” a concorrência entre canais é visível, desenvolvendo-se estratégias⁹ de programação com base nas audiências de programas, onde é dada “uma atenção específica às diferentes procuras do público da televisão e ao apresentar no mesmo horário programas diferentes ou apostar em emitir o mesmo tipo de programas em horas distintas” (Idem). Em 2000, a autora Ana Paula Fernandes, entrevistou alguns dos programadores de grelhas dos vários canais generalistas e chegou à conclusão de que, os fatores que mais eram tidos em conta para a construção da grelha de programas, eram a audiência, o custo, e a imagem.

Ainda assim, outros critérios como o critério económico, a variedade do quadro temporal e o ajustamento entre género de programa e horário de difusão eram também fundamentais. A TVI foi um canal, que optou (para sua própria sobrevivência), por apostar sempre em estratégias de programação que beneficiassem o crescimento das audiências. Já na RTP, a existência de um contrato de concessão de serviço público, obriga a que a grelha não seja criada em função de públicos ou de publicidade. Relativamente ao mercado, as grelhas de programas dos canais generalistas não têm um funcionamento metódico e isso deve-se principalmente a dois motivos enunciados por Ana Paula Fernandes (2001: 84): “cada grelha é elaborada numa lógica de posicionamento no quadro do sistema misto de televisão; diferentes critérios adotados, competência e práticas dos programadores”.

Analisando os géneros televisivos mais presentes em cada canal no período temporal de 1993 a 1997, pode afirmar-se com base no estudo da autora, que a RTP1 apostava na ficção, a

⁹ Webster e Litchy in Fernandes (2000: 124) enumeram estratégias de programação fundamentais como o *lead in*, onde se refere que as audiências de um programa influenciam as audiências do seguinte, o *hammocking*, onde o primeiro programa e o terceiro programa influenciam o segundo (este com fraco índice de audiência), o *tent-poling* onde se coloca um programa com grande audiência, entre dois de fraca audiência e por fim, o *block programming*, caracterizado por uma sequência de programação do mesmo género televisivo.

RTP2 centrava a sua programação na cultura e no conhecimento e a TVI optava pela ficção (americana). A autora referiu ainda que, “(...) numa leitura anual e semanal da oferta televisiva entre 1993-97, pode afirmar-se que as duas grandes áreas, ao nível dos conteúdos televisivos, têm sido a ficção e a informação ” (Fernandes, 2000: 128).

O autor Nelson Traquina (1997:18), retrata a programação em Portugal no início da década de 90, como uma cópia da programação norte-americana, onde começa a existir um aumento das horas de ficção nos canais públicos e privados, o desporto começa a ganhar espaço, os programas de informação começam a diminuir¹⁰ e os *talk shows* e *realitys* começam a ter uma presença cada vez maior no panorama televisivo. Uma das explicações para o facto destas mudanças pode ser o incremento dos canais temáticos por cabo associados aos canais generalistas. A essência generalista dos 4 canais, é por vezes posta em causa, tenha-se o exemplo dos formatos noturnos que a TVI (primeiramente com a estreia do *Big Brother*, e com a ficção nacional) e a SIC (clonando muitos formatos da TVI, e oferecendo em horário noturno aos espectadores, novos *reality shows* e novelas tanto portuguesas como brasileiras) apresentavam. Na visão de Maria Barroso os concursos são alvos de crítica pois apelam ao consumismo desenfreado, espelhando a sociedade de consumo onde vivemos, pelo que seria necessário condicionar os programas, estabelecendo parâmetros éticos que os balizassem, pelo que considera que a multiplicação dos canais só piorou os programas. Felisbela Lopes (2007: 2) afirma que “nestes 15 anos, as grelhas mudaram substancialmente ao ponto de tornarem irreconhecíveis os projetos iniciais de ambos os canais privados, mas de concessão pública”.

Algumas conclusões podem ser retiradas de todos estes processos, fundamentalmente o facto de se poder afirmar que os canais começaram a apresentar cada vez mais uma grelha monotemática, esta, contrariando a essência generalista que a licença de concessão pública lhes impôs.

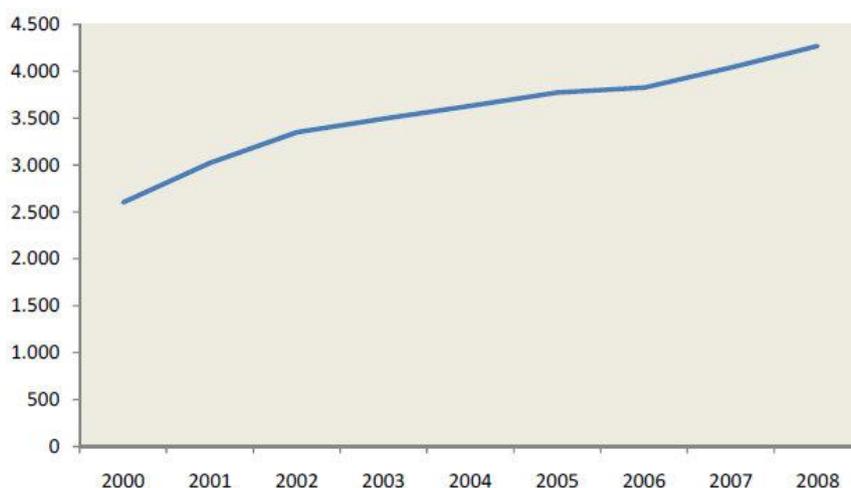
¹⁰ “Considerada inicialmente como uma prioridade, a programação informativa dos canais generalistas emitida em horário noturno e feita ao ritmo semanal foi sendo progressivamente desvalorizada pelos programadores ao longo dos primeiros treze anos de coabitação entre os setores públicos e privado”. (Lopes, 2007: 4)

1.4 Audiências em Mudança – A concorrência no Prime – Time e o aparecimento dos canais temáticos

O processo de audimetria em Portugal, revela desde 1999 uma acentuada diminuição das audiências gerais de televisão, algo que pode ser também relacionado com este fenómeno do aumento de mulheres no mercado de trabalho. Felisbela Lopes (2007: 14), refere que o aparecimento dos canais temáticos por cabo, nomeadamente a SIC Notícias, conduziu à constituição de um espaço adequado a maiores formatos de informação. Estes, por conseguinte, deixaram de ter espaço na grelha noturna dos canais generalistas em sinal aberto. Alguns programas foram passados para o novo canal por cabo, ainda assim, na visão da autora, “é muito redutor o argumento que contrapõe a oferta dos canais temáticos para justificar determinadas falhas das estações que operam em sinal aberto”.

“Em resumo, a televisão perde audiências em Portugal porque os canais generalistas perdem mais tempo de consumo pelos espectadores do que aquele que os canais alternativos conseguem ganhar” (Torres, 2004:1014). De 1999 a 2000 houve um crescimento significativo por parte da televisão por cabo. Neste caso, pode afirmar-se que quem não tem cabo dedica mais tempo à televisão generalista e consecutivamente é quem menos vê televisão. Depois de todas estas conclusões apresentadas no estudo, pode afirmar-se que a queda das audiências da televisão no seu geral e o aumento do visionamento da televisão alternativa face à generalista, são os principais fenómenos a considerar na audimetria.

Figura 1.1 - Evolução do Número Total de Alojamentos Cablados¹ em Portugal (milhares), 2000 a 2008



Fonte: ANACOM. Edição Obercom.

Como pode ser observado na figura 1.1, verifica-se que os alojamentos cablados cresceram linearmente entre os anos 2000 e 2008, passando de 2601 milhares para 4270 milhares. Deste modo, e tendo em conta estes dados é correto afirmar-se que a televisão por cabo é cada vez mais procurada pelos espectadores.

De acordo com o estudo¹¹ de Eduardo Cintra Torres (2004), há uma tendência que evidencia uma insatisfação por parte dos espectadores com a televisão generalista. Com o crescimento da oferta, os canais generalistas começam a perder alguma importância perto dos espectadores que procuram tipos específicos de informação e entretenimento de acordo com os seus gostos, uma necessidade que não é satisfeita tendo em conta a programação dos canais generalistas. Poderia falar-se na substituição de um media por outro, mas isso é algo que tendo em conta a atualidade pode ser descredibilizado pois o que acontece maioritariamente é uma convergência entre determinados tipos de media, e o aumento de um fenómeno no quotidiano dos recetores dos media, o "*multi-tasking*"¹².

No lar dos recetores dos media, a televisão, a Internet, a rádio e outros mass media coexistem entre si, o que pode levar por vezes à redução de utilização de um ou outro meio mas nunca à sua extinção. Muitos foram os estudiosos que anteriormente se debruçaram sobre as questões do fim dos media tradicionais em alternativa dos novos, mas o que se veio a comprovar é que ao invés da extinção de um ou outro meio o que acontece é uma convergência entre os vários.

Várias são as opções dos indivíduos, relativamente à escolha de produtores de informação, e é afirmado por Torres que a televisão é cada vez menos sinónimo de televisão (Torres, 2004: 1020). Numa realidade um pouco anterior à que vivemos nos dias de hoje o VHS e posteriormente o DVD, revolucionaram a forma de se ver televisão, sendo que o *zapping* começou a ganhar cada vez mais espaço, tornando-se até uma alternativa ao tradicional meio de ver televisão.

Os telespectadores deparam-se hoje em dia com uma panóplia de escolhas, que vão desde o cinema, aos espetáculos, aos concertos, às exposições e outras tantas alternativas, que acabam por afastá-los do visionamento televisivo. Ainda assim, esta tendência pode ser contrariada com o facto de os indivíduos terem cada vez menos tempo para os seus "tempo livres", maioritariamente devido aos compromissos laborais e familiares, o que pode fazer com que a televisão seja realmente uma alternativa mais rápida, mais barata e mais cómoda

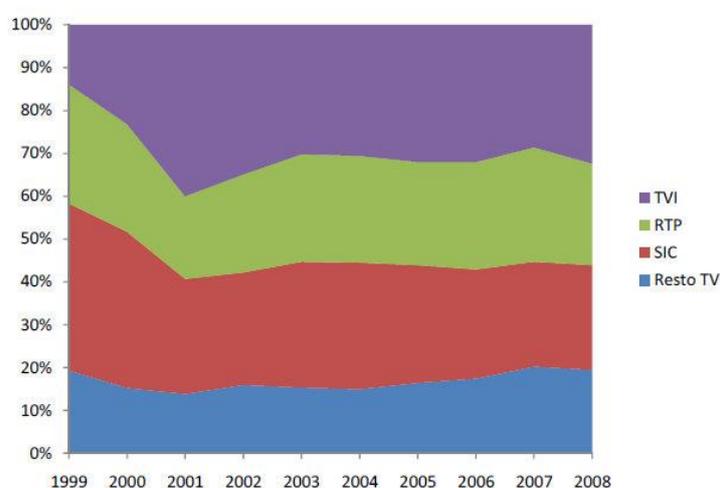
¹¹ Torres, Eduardo (2004), "Televisão do nós e televisão do eu — a encruzilhada da televisão generalista", *Análise Social*, vol. XXXVIII (169).

¹² *Multi-tasking*: expressão inglesa que se refere ao facto de se realizarem várias "tarefas" ou atividades ao mesmo tempo, por exemplo, ver televisão enquanto se navega na internet.

do que deslocar toda a família para uma outra. Algo que já é notório há alguns anos, é o facto da presença que a televisão tem na mais simples tarefa do quotidiano de um individuo estar a aumentar cada vez mais. É raro o individuo que não predispõe da companhia deste old media, seja para uma simples refeição, um trabalho da faculdade ou até pelo simples facto de ter por assim dizer uma "companhia".

Relativamente às quotas de mercado apresentadas pelos canais generalistas em estudo é de referir que o período de 1999 a 2008 foi marcado pelas constantes disputas de posições entre os canais generalistas.

Figura 1.2 - Evolução média das quotas de mercado em “Prime-Time”, 1999 a 2008



Fonte: Markest. Edição OberCom

No que toca à quota de prime-time e observando a Figura 1.2, os valores médios anuais variaram entre um máximo de 40%¹³ e um mínimo de 13,8%. No presente período o mercado televisivo caracterizou-se por algumas mudanças relativas às posições ocupadas pelos canais, exemplo disso, foi a troca de posições entre a TVI e a SIC onde a estação de Queluz passa a liderar o prime-time em 2001.

¹³ Dados publicados no Anuário do OberCom 2007/2008 presentes no relatório “Televisão em Portugal”.

Quadro 1.1 - Minutos Médios Diários de Emissão por Género de Programa e respetiva percentagem sobre o total de minutos, 2008

	Total	%	RTP1	%	RTP2	%	SIC	%	TVI	%
Arte e cultura	3	0.0	1	0.1	2	0.1	0	0.0	0	0.0
Cult.geral/ conhecimento	567	9.8	60	4.2	436	30.3	44	3.1	27	1.9
Desporto	293	5.1	69	4.8	171	11.8	19	1.3	35	2.5
Entretenimento	915	15.9	428	29.7	42	2.9	212	14.7	233	16.2
Ficção	1,295	22.5	276	19.2	149	10.3	436	30.3	434	30.1
Informação	1,034	18.0	375	26.1	224	15.6	213	14.8	221	15.4
Juventude	504	8.8	22	1.5	362	25.1	88	6.1	33	2.3
Outro	377	6.6	47	3.3	39	2.7	164	11.4	127	8.8
Publicidade	771	13.4	161	11.2	16	1.1	264	18.3	330	22.9
Total	5,760		1,44		1,44		1,44		1,44	

Fonte: Marktest. Edição Obercom.

Tendo em conta dados apresentados pela Marktest relativos aos géneros de programas a que as estações generalistas dedicaram as suas emissões no período de 1999 a 2008 pode afirmar-se, tendo por base o quadro 1.1 que no caso da RTP1, os programas de divertimento, de informação e de ficção são privilegiados na grelha da estação. Já a SIC e a TVI dão principal destaque à ficção na composição das suas grelhas de programação. Deste modo, é acertado dizer-se que as televisões portuguesas apostam fortemente em conteúdos relacionados com o divertimento, com a ficção mas também com a informação.

Quadro 1.2 - Audiência por Género de Programa (%), 2008

	Total	RTP1	RTP2	SIC	TVI
Arte e cultura	0.0	0.1	0.1	0	0
Cult.geral/ conhecimento	3.5	2.5	23.4	2.5	1.2
Desporto	5.3	6.5	12.2	2.4	5.5
Entretenimento	18.2	31.4	2.1	17.5	11.6
Ficção	31.4	13.6	15.9	35.1	45.1
Informação	22.6	33.3	11.2	21.8	16.9
Juventude	2.7	0.1	31.1	1.9	0.2
Outro	3.2	2.9	2.7	3.5	3.2
Publicidade	13.1	9.5	1.3	15.3	16.2
Total					

Fonte: Marktest. Edição Obercom.

Observando o quadro 1.2 é possível verificar que no caso da RTP1, a audiência é centralizada principalmente nos programas de informação e de divertimento, já a SIC e a TVI concentram as suas audiências em programas de ficção e informação. No “Estudo de receção dos Meios de Comunicação Social elaborado pela ERC é possível retirarem-se as mesmas

conclusões quando observados os quadros¹⁴ que demonstram os programas mais vistos pelos espectadores quando consideram ser “aquele” canal o seu preferido. As conclusões relativas aos géneros mais privilegiados pelos canais generalistas neste período relacionam-se também de algum modo com os resultados do Inquérito aos Serviços do Audiovisual produzido pelo INE que revelam que o entretenimento, a informação e a ficção são os géneros mais vistos pelos portugueses. Tal acontecimento revela que a programação televisiva portuguesa é de facto feita a pensar nas audiências. A televisão generalista oferece inúmeros programas com o objetivo de satisfazer o maior número de públicos deixando ainda espaço para outros públicos que se interessem por “opções mais específicas”, o que faz com que este tipo de televisão seja “menos um instrumento de massificação da cultura do que um meio de unir as heterogeneidades sociais e culturais” (Brandão, 2005: 78). Apesar de existir uma homogeneidade na mensagem não é fator impeditivo do atingir da heterogeneidade da receção (Wolton, 1999: 107-108 *in* Brandão, 2005 : 78). Assim sendo, pode afirmar-se que quanto mais generalista for a grelha de programação de um canal generalista, maiores serão as hipóteses do mesmo despertar o interesse dos públicos, posto que existe um processo de integração sem que os indivíduos tenham de ficar “encerrados” nos seus programas, algo que acontece nos canais temáticos (Idem).

Ainda assim, quando se percorre o horário nobre dos canais generalistas portugueses desde o momento em que se estreou o *reality show* “Big Brother” (Setembro de 2000) confirma-se que principalmente nas estações privadas os programas de informação semanal foram a pouco e pouco desaparecendo das grelhas de programação, afirma Felisbela Lopes (2007: 15). A autora, ainda acerca da questão do desaparecimento progressivo do género informação dos canais privados questiona, “Serão os telejornais suficientes para perceber o que se passa de mais importante?”.

¹⁴ Consultar ANEXO A: 1.2, 1.3 e 1.4.

CAPÍTULO II – DA TELEVISÃO DE “TODOS” À TELEVISÃO DO “EU”

2.1 Televisão – Uma abordagem sociológica

Nos dias de hoje é sabido que os meios de comunicação social, e de uma forma maioritária a televisão, são vistos como os principais meios que atuam como vínculo entre os indivíduos e a sociedade. A televisão, poderoso meio de massificação reduz por vezes o seu importante papel a uma lógica de diversão e até de dramatização dos assuntos que retrata. Nuno Brandão (2005), refere que a televisão está cada vez mais rendida ao modo espetacular e dramático onde tudo é apresentado numa lógica de mercado consumível e acessível reduzindo os telespectadores ao posicionamento de consumidores e afastando-os progressivamente da perspetiva de cidadãos.

A informação televisiva e os programas são por vezes, observados como mercadorias que obedecem a um objetivo mais comercial do que à necessidade de informar os espectadores. Seguindo uma lógica de sobreposição de interesses de mercado a interesse público, o papel da televisão de informar, educar, formar e construir uma realidade social acaba por vezes por ser negligenciado, acabando numa redução de responsabilidade social deste media. Felisbela Lopes (2007: 15) citando Blanco Sampedro (2003) refere que

a televisão generalista parece estar mais interessada em promover-se e exhibir-se a si mesma, descuidando o contacto com o mundo exterior, onde conceitos como “*tele-realidade*”, “*televerdade*” ou “*espetáculo do real televisivo*” explicam a televisão atual e onde a verdade dos enunciados cede lugar à verdade da enunciação.

A programação televisiva pode ser encarada como uma representação da sociedade, esta, participando ativamente na construção da realidade social e da vida quotidiana, tendo como exemplo disso os telejornais, o papel de mediador social que exerce no plano político “tornando-se num dos principais veículos na transmissão de mensagens e do jogo político para os cidadãos”, e exercendo o seu papel também na socialização política e no desenvolvimento da cidadania (Brandão, 2005: 82).

Os media em geral, mas particularmente a televisão são os principais elos sociais da sociedade e além de exercerem um papel importante na formação cívica e política dos cidadãos, contribuem também para uma maior valorização da responsabilidade civil de cidadania, funcionando como mediadores nos processos de decisão e esclarecimento público.

A televisão, que devia responder prioritariamente à sua forte procura social, tornou-se num objeto comercial de primeira linha. Passou-se de uma lógica de serviço pedagógico para uma lógica de rentabilidade, de serviço aos anunciantes, na qual predominam os registos da emoção, da espetacularidade e da dramatização, deixando para segundo plano (...) a lógica educativa e cultural, tendo como principal objetivo o enriquecimento intelectual e formativo do telespectador (Brandão, 2005).

A televisão tem como característica principal o facto de funcionar como um veículo de mensagens que proporciona o equilíbrio entre as classes sociais, correlacionando a informação e a diversão, entre realidade e imaginário, sendo um meio social de valores que ajudam a formar o tecido de relações da produção da sociedade. (Lorenzo Vilches, 1995: 321-328 In Brandão, 2005: 49). São vários os autores que se debruçam sobre esta temática e que com visões mais ou menos similares proporcionam uma extensa e rica conceptualização sobre o poder social e de ligação com a sociedade. Manuel Pinto (2000: 313-314) refere que a relação com a televisão é principalmente uma relação social, culturalmente mediada e estreitamente articulada com o quadro social dos agentes. Já Adorno (1973: 546-570), considera que a televisão mascara o conformismo e a simplificação da realidade, ajudando a criar representações e imagens da realidade que são partilhadas com os diferentes membros da sociedade.

2.2 Da Televisão do Monopólio à Televisão do espectador – Paleotelevisão, Neotelevisão e Hipertelevisão.

A televisão dos primeiros tempos, que surgiu num regime de monopólio, ficou associada a um modelo de Estado providência, capaz de manipular os conteúdos. Em 1983, Umberto Eco escreve a “Transparência Perdida”, onde assinala essa primeira fase, que designa por “paleotelevisão”, mas também a fase da era da desregulamentação, onde os media viam uma oportunidade de lucrar através das audiências, a “neotelevisão”.

O autor refere que a fase da privatização dos canais televisivos iria seguir um modelo de programação entendido como “espelho do quotidiano” dos telespectadores (Lopes, 2007: 11). Seguidos de Umberto Eco, Francesco Casetti e Gianfranco Bettetino estudaram as tendências da televisão contemporânea reforçando a formação de um novo pacto de comunicação e a ideia da já referida neotelevisão. Este pacto consiste num espaço de convívio onde a comunicação pública leva posteriormente à interatividade.

Mas o que serão realmente a paleo e a neotelevisão? Umberto Eco afirma que a principal diferença se baseia nos conceitos de informação e ficção. Na informação, o público espera que se fale a verdade, que se respeitem critérios de importância e proporção e que se separe a informação dos comentários. Já na ficção, o público revela uma aceitação da construção fantástica. Assim sendo, os programas de informação têm uma importância mais ligada à política e a ficção uma importância mais cultural. Na neotelevisão a principal característica é que esta fala cada vez menos do mundo exterior, privilegiando-se a si mesma e ao contacto com os espectadores. O conceito de paleotelevisão foi revisto em 1990 por Caseti e Odin quanto a dois aspetos fundamentais: o contrato de comunicação e a maneira como é estruturado o fluxo da oferta. É sabido que os programas se diferenciam uns dos outros pelos seus géneros, nomeadamente: ficção, desportos, programas culturais, entre outros.

A televisão torna-se cada vez mais próxima e acessível, sendo que nesta fase os géneros privilegiados são os *reality-shows*, onde o ecrã passa a ser um espaço de conversa e a vida quotidiana começa a ser exposta. Os autores anteriormente referidos descrevem que na neotelevisão não há qualquer tipo de contrato, sendo que o papel do contrato na comunicação é fazer um convite aos telespectadores para que realizem o mesmo conjunto de operações de sentido na realização.

A paleotelevisão poderia caracterizar-se por um contrato e a neotelevisão por uma espécie de contacto, ou seja, a maior diferença está em que na paleotelevisão a receção funcionava como um modo de socialização, enquanto que na neotelevisão esta se assume como um ato cada vez mais em termos individualistas. A evolução histórica da sociedade está intimamente ligada ao estudo do individuo. A partir da década de 50, o *self* do individuo equaciona-se “numa oscilação permanente entre a posição da unidade e a da fragmentação”¹⁵. Com a evolução das tecnologias a níveis astronómicos e com a sociedade cada vez mais centrada no individualismo crescente, será que neotelevisão chega para explicar todas as mudanças que estão a acontecer na relação entre o individuo e a televisão?

O individuo da sociedade contemporânea, centrado em si e nas suas escolhas, já não se contenta com os tradicionais dispositivos da televisão generalista. A convergência tecnológica caracteriza bem o processo pelo qual a televisão passa neste momento. Não bastando o facto da diversidade de escolhas que os canais temáticos proporcionam aos indivíduos e a

¹⁵ Ogien, Albert, La décomposition du sujet, cit. in Corcuff (1995), p. 116. in Torres, Eduardo (2004), “Televisão do nós e televisão do eu — a encruzilhada da televisão generalista”, *Análise Social*, vol. XXXVIII (169), p. 1024

influência que esse fator tem nas suas escolhas identitárias, a tecnologia leva o indivíduo a querer mais.

O conceito *egocasting*, chega-nos com a geração youtube, e já foi alvo de reflexão em Portugal. Cádima (2007: 214), considera que o *egocasting* faz parte de uma mudança comportamental do indivíduo contemporâneo perante os media, que estabelece a ponte entre a interatividade apreendida e praticada na internet, e o aparecimento de um tipo de espectador que define a sua própria TV.

2.3 A Televisão no mundo contemporâneo – Perspetivas e desafios

A televisão dos dias de hoje é definida por Gustavo Cardoso¹⁶ (2013: 246) como tendo múltiplos ecrãs, por onde são difundidos conteúdos muito semelhantes mas em graus de qualidade e facilidade de acesso díspares, disponibilizadas tanto por práticas de pesquisa, como por práticas de zapping. Na obra “A Sociedade dos Ecrãs” do mesmo autor, são tecidas algumas considerações acerca do panorama atual da televisão e dos desafios que a mesma enfrenta.

O serviço de televisão encontra-se numa fase de turbulência onde novas tecnologias e novas práticas de consumo audiovisual colidem com as estruturas de negócios preexistentes; A televisão (...) pode ser hoje definida como um sistema de experiências onde se articulam (...) a inovação tecnológica, a criação de conteúdos e criação de novos usos; A experiência televisiva é pensada (...) pelos consumidores em função da possibilidade de atingirem uma navegação em rede e se moverem, sem obstáculos pelas diversas plataformas; A Televisão é hoje um sistema de ecrãs em rede (Cardoso, 2013: 247-248).

Nos dias de hoje, é sabido que a televisão portuguesa é caracterizada por operadores públicos e privados que coexistem com os operadores de cabo, estes, possibilitando o acesso a canais temáticos e diversas emissões televisivas que contribuem para fragmentação a televisão ao nível da oferta mas também no que toca ao telespectador. Ainda assim, os canais generalistas não têm como único rival na captação da atenção do telespectador os canais temáticos pois a distribuição de conteúdos televisivos pelas plataformas online faz com que se fale numa fase de pós-televisão onde “o espectador quase atinge a possibilidade de ser programador daquilo que vê” (Santos, 2007: 80). No caso português, o consumo de audiovisual está em transformação principalmente devido às diversas possibilidades de consumo, interação e visionamento que os novos media proporcionam, assim como a

¹⁶ Cardoso, Gustavo (2013), *A Sociedade dos Ecrãs*, Lisboa: Tinta da China.

personalização, privatização e interatividade que proporcionam ao espectador (Cheta, 2007: 4 in Sobral, 2012: 153).

São inúmeros os conceitos utilizados por vários autores para tentar definir a televisão da sociedade contemporânea. Veja-se por exemplo Loureiro (2008) que refere o conceito de *egocasting* de Christine Ronsen (2005), retratando a nova fase da televisão como sendo marcada pela convergência e pela hipermodernidade onde o indivíduo é visto como produtor, utilizador e recetor e se fomentam características de meios interativos aliados ao consumo da internet. O autor refere ainda que “a televisão atual caminha no sentido da hipertelevisão, uma evolução capaz de conjugar a televisão generalista, geradora de comunhão social, participação democrática e identidade partilhada” (Loureiro, 2008: 331 In Sobral, 2012: 154). Para Torres (2011: 43) a contemporaneidade televisiva em Portugal demonstra que a sociedade tem com a televisão generalista uma ligação principalmente tradicional mas revelando ao mesmo tempo a necessidade de uma fragmentação. O autor refere ainda que os operadores dos canais generalistas estão a procurar novas áreas de negócio pela criação de canais temáticos, *sites*, *merchandising* e interatividade e num futuro próximo a televisão deverá assumir-se como um “disseminador de conteúdos passíveis de serem consumidos em variados tipos de ecrãs remetendo-se para diferentes formas de visionamento” (Sobral, 2012: 154). Ainda assim, o grande desafio que Torres (2011: 30) aponta para a nova fase da televisão será o facto da produção de conteúdos conseguir responder às exigências dos espectadores, adaptando-se a novas potencialidades e plataformas de difusão.

Na visão de Rui Cádima (2011: 21) as audiências irão sofrer cada vez mais uma desfragmentação pelo que os canais generalistas terão de apostar maioritariamente no entretenimento, reforçando a inovação criativa, ainda assim, e apesar da influência das novas tecnologias na sociedade portuguesa, o autor revela que a televisão não perdeu a sua importância e tanto numa perspetiva de consumo, como de negócio audiovisual ou de influência social a televisão ocupa ainda um lugar central no dia-a-dia dos portugueses.

Felisbela Lopes (2007: 15) remetendo-se para a questão do progressivo desaparecimento dos programas com conteúdos de informação nos canais generalistas privados, afirma que a televisão tem vindo a promover uma atracção pela *hipervisibilidade* sem qualquer contextualização, principalmente através dos reality-shows. Ainda assim, no parecer da autora “seria utópico reclamar uma programação informativa como aquela que era praticada ainda num passado recente”. Logo, a informação televisiva enfrenta o desafio de renovação de códigos de enunciação televisiva.

João Soares Louro, antigo presidente da RTP, acredita que a televisão está a viver uma

crise universal podendo assumir-se como uma “televisão comercial” em que os criativos estão afastados dos centros de decisão e da programação dos canais sendo substituídos por diretores comerciais e publicitários, acrescentando ainda que não há mercado para quatro canais generalistas em Portugal (Fernandes, 2001: 59).

Para Filomena Sobral (2012: 154) “o contexto atual é de mudança, não só pelas possibilidades tecnológicas, como pela emergência de um novo perfil de espectador e ainda pela conjuntura política-económica” e seguindo a lógica da evolução histórica que nos leva aos anos 50, a televisão portuguesa terá de enfrentar o desafio da digitalização adaptando-se às mudanças e procurando atrair o espectador contemporâneo com base em estratégias que primam a reinvenção televisiva (Cardoso, 2013: 54).

Atualmente os indivíduos já não precisam de um televisor para ver televisão, sendo que a concretização do serviço de televisão é cada vez mais independente de variáveis de tempo e espaço em que o consumo ocupa lugar, “existem canais de circuito fechado debitando conteúdos próprios, desde as bancas de jornais até às salas de espera dos serviços públicos” (Cardoso, 2013: 245). De acordo com o autor da obra “Sociedade de Ecrãs” assiste-se a um acentuar acelerado para a *hipersegmentação* de públicos, a migração do poder de escolha para o espectador e a dessincronização do consumo em relação à emissão. “A televisão transforma-se hoje num sistema de ecrãs imerso numa rede de usos e conteúdos tão intensos em vitalidade quanto em volatilidade” (Cardoso, 2013: 251).

CAPÍTULO III – TRABALHO EMPÍRICO

3.1 – Metodologia

Primeiramente, e antes de se definir a estratégia metodológica nesta investigação, é importante referir que, de forma a estruturar todo o desenho de pesquisa inerente à realização deste estudo foi desenvolvida uma pergunta de partida, esta servindo de fio condutor para toda a investigação e obedecendo a “critérios de clareza, pertinência e exequibilidade”, conceitos presentes na obra de Quivy. O autor refere que “uma boa pergunta de partida deve poder ser tratada” (Quivy, 2005: 17), deste modo, a questão que estrutura esta investigação é: “Quais as diferenças entre os canais generalistas relativamente aos géneros televisivos dos programas que emitem?”.

Assim sendo, e tendo em conta os critérios enunciados anteriormente pelo autor, pode afirmar-se que a pergunta é clara, pois é facilmente percebido o objetivo da mesma quando exposta a uma audiência, remetendo também para as possíveis variáveis da investigação, nomeadamente as diferenças presentes nos canais generalistas relativamente aos géneros; é pertinente pelo facto de ser um tema com contributo científico relevante e de não serem muito recentes os dados que se encontram relativamente a questões relacionadas com os diferentes géneros televisivos nos diferentes canais generalistas portugueses; é exequível pois a análise recai principalmente nas grelhas de programação cedidas pelos canais generalistas, tendo em conta limites temporais e de espaço.

Como estratégia metodológica optou-se pela pesquisa comparativa, por esta combinar ambos os métodos de análise qualitativos e quantitativos. O ênfase da pesquisa comparativa assenta na diversidade, este tipo de pesquisa é fundamental para investigações que tenham como objetivo explorar diversidades e interpretar significados culturais e históricos (Charles, 1994). “Os resultados a partir de um método podem ajudar a desenvolver ou justificar outro método. Alternativamente, um método pode ser “aninhado” dentro de outro método para fornecer informações sobre os diferentes níveis ou unidades de análise.” (Tashakkori e Teddlie, 1989 *in* Creswell, 2002: 18).

O tipo de análise escolhido para a realização da minha dissertação incide principalmente nas vantagens ligadas aos métodos inerentes a essa análise. A análise de conteúdos reúne uma grande variedade de dados o que facilita um maior controlo dos mesmos e das informações que podem ser retiradas do assunto em estudo. Os procedimentos são definidos previamente pelo que a objetividade e o rigor estão presentes neste tipo de análise que ainda assim não impõe limites à profundidade da investigação. Quivy (2008) refere que

os métodos da análise de conteúdo permitem que o investigador não tire conclusões e interpretações precipitadas, ainda assim, existem alguns limites por vezes difíceis de ultrapassar.

A veracidade dos documentos é por vezes um problema pois muitos podem ser alterados ou forjados pondo em causa a sua legitimidade, já a tipologia dos mesmos faz com que alguns não contenham informações pormenorizadas o que dificulta a análise. (Igea et al.; 1995 *in* Calado e Ferreira, 2005:11). A minuciosidade de alguns procedimentos presentes na análise de conteúdo pode ser considerada uma desvantagem no que toca ao tempo de realização da análise e certos documentos indispensáveis à análise são por vezes difíceis de aceder pondo em causa a investigação. (Quivy & Campenhoudt, 2005:11). Apesar de tais limitações esta análise é considerada pelos investigadores como revelando resultados concretos nas investigações, sendo uma técnica muito fiável e que permite auferir informações tendo em conta documentos de assuntos passados e que não estão disponíveis em outros tipos de suporte. Outro dos problemas deste tipo de análise é por vezes preocupar-se apenas com aquilo que é “dito” e não com o que está “implícito”.

L. Bardin define o método de análise de conteúdo como um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que por sua vez utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/receção dessas mensagens (Bardin, 1994 *in* Silva et al., 2005: 73).

O método inerente às entrevistas é definido como sendo um processo de interação social entre duas pessoas, onde o objetivo do entrevistador é obter informações por parte do entrevistado (Haguet, 1997: 86 *in* Boni e Quaresma, 2005:72), e foi escolhido pelas vantagens que apresenta tal como o facto de possibilitar a recolha de informações importantes, permitindo a obtenção de um favorável grau de profundidade acerca das questões a investigar, possibilitando a definição e o apuramento das motivações dos entrevistados que determinam comportamentos ou atitudes demonstradas por alguns assuntos, a adaptação a novas situações e a diversos tipos de entrevistados e a recolha de “elementos de reflexão muito ricos e matizados” (Quivy, 1998: 193).

Escolheu-se realizar a entrevista semidiretiva elo possibilidade de verificação das questões, aprofundamento, o maximizar da compreensão dos dados, a realização de novas questões quando as mesmas são necessárias e a otimização do tempo, este tipo de entrevista é caracterizado por perguntas-guia, relativamente abertas (Quivy, 2005), onde o objetivo é que

o entrevistado fale abertamente acerca do tema, e de onde se retirou a informação necessária para se tirarem conclusões acerca de algumas hipóteses e resultados da investigação.

Deste modo e depois de analisadas as visões de diferentes autores no que toca à estratégia metodológica a utilizar nesta investigação, com o objetivo de obter informação acerca dos géneros televisivos presentes nos vários canais generalistas e das principais mudanças que sofreram, foram realizadas entrevistas, neste caso, ao Dr. Hugo Andrade, ao sofreram, foram realizadas entrevistas, neste caso ao Diretor de Programas do Canal RTP, Hugo Andrade, ao Diretor de Antena e Gestão de Programação do canal SIC, Luís Proença e ao Diretor de Audimetria e Estudos de Mercado da TVI. Paulo Soares.

Para se tecerem conclusões acerca da presença de certos géneros televisivos nos canais generalistas portugueses, realizando-se uma comparação entre os mesmos, foram pedidas as grelhas de programação aos canais generalistas em análise (RTP1, SIC e TVI). Esta análise é diacrónica, pelo que se escolheu analisar o período de 2003 a 2013, ano sim ano não, neste caso, 2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013. Dentro de cada ano, optou-se por se observar a primeira segunda-feira e o primeiro domingo (pelo facto da programação televisiva do dia de semana ser diferente da que existe ao fim-de-semana) dos meses de Março, Julho e Outubro (por serem aqueles em que a programação televisiva sofre mais alterações) apenas no horário prime-time¹⁷. Para que se pudessem retirar resultados e conclusões da análise das referidas grelhas, procedeu-se à construção de uma nova grelha¹⁸ onde se categorizaram frequencialmente o número de programas correspondentes a cada género televisivo¹⁹. A construção desta grelha teve como posterior objetivo a verificação dos géneros televisivos mais privilegiados nos canais generalistas em estudo tendo em conta, o mês, o ano, o canal e o dia em que eram emitidos.

As hipóteses exploratórias estão fundamentadas nos estudos anteriores presentes nos capítulos relativos ao enquadramento teórico, existindo uma conjugação dos estudos académicos sobre a temática, com a estratégia metodológica que foi utilizada para corroborar os factos tendo em conta os resultados obtidos. A primeira hipótese (“A programação televisiva de hoje é diferente da de ontem, sendo que é feita para audiências específicas, tendo

¹⁷ Na presente investigação foi pré-definido que a análise recai sobre o horário prime-time mas de um modo mais alargado, sendo que a análise é feita a partir dos programas que iniciam às 20h mas abrange ainda os programas emitidos às 24h ou que ainda estejam em emissão nessa faixa horária.

¹⁸ Ver Grelha em anexo

¹⁹ Relativamente à operacionalização dos géneros televisivos e porque por vezes poderia tornar-se difícil a correta categorização de um dado programa num determinado género, foi solicitado à Markttest uma nota metodológica que contém uma breve descrição das tipologias de géneros televisivos, importando referir que a classificação elaborada é feita tendo em conta a informação enviada pelos canais.

em conta os diferentes períodos do dia e sendo cada vez mais centralizada no fenómeno audiências.”), prende-se com evidências teóricas de estudos anteriores realizados acerca da história e evolução da programação televisiva em Portugal, dos canais generalistas públicos e privados, assim como em estudos que se debruçam sobre as diversas fases do panorama televisivo ao longo dos tempos²⁰. A formulação da segunda hipótese (“O incremento dos géneros televisivos divertimento e ficção nas estações privadas, sustenta a preocupação dos programadores com o fenómeno audiências.”) está na base de estudos realizados sobre questões que se colocam entre as grelhas de programação dos canais generalistas e os estudos sobre audiências e aparecimento dos canais temáticos²¹. A terceira hipótese (“As diferenças quanto à presença de certos géneros televisivos nas grelhas de programação acentuam-se quando comparamos canais generalistas públicos e privados.”) foi construída tendo por base teorias que se prendem com as temáticas do serviço público e privado de televisão²², dando origem a uma sub-hipótese (“Os canais generalistas privados comparativamente com os públicos seguem uma tendência oposta no que toca à emissão de conteúdos do género informação.) fundamentada em estudos sobre os conteúdos das grelhas de programação²³.

Já a quarta hipótese (“O surgimento dos canais temáticos por cabo, está associado ao desaparecimento de alguns géneros televisivos na grelha de programação dos canais generalistas”), é baseada em evidências teóricas anteriores que incidem na temática do aparecimento da televisão por cabo e nas mudanças que provocou na programação televisiva dos canais generalistas²⁴. Por último, a quinta hipótese (“A televisão de hoje é cada vez mais centralizada no indivíduo, pelo que a modernização e o desenvolver de novas tecnologias e mentalidades obriga a que os programadores televisivos tenham de reinventar essa mesma programação tendo em conta os novos desafios que enfrentam”) é fundamentada por teorias que remetem para estudos que se debruçam sobre as diversas fases do panorama televisivo ao longo dos tempos e as novas perspetivas e desafios que enfrenta²⁵.

²⁰ Consultar Capítulo I: 1.1 ; 1.3 Programação televisiva: Grelhas de Programação nos Canais Generalistas; 1.4 Audiências em Mudança: A Concorrência no Prime-Time e o aparecimento dos canais temáticos.

²¹ Consultar Capítulo I: 1.3 e 1.4.

²² Consultar Capítulo I: 1.2; 1.3.

²³ Consultar Capítulo I: 1.3.

²⁴ Consultar Capítulo I: 1.4

²⁵ Consultar Capítulo II: 2.2 Da Televisão do Monopólio à Televisão do Espectador – Paleotelevisão, Neotelevisão e Hipertelevisão; 2.3 A Televisão no Mundo Contemporâneo – Perspetivas e Desafios.

3.2 - Resultados

Foram analisadas as cinco hipóteses de pesquisa e os objetivos referidos anteriormente, recorrendo-se à análise da grelha construída com base nas grelhas de programação cedidas pelos canais generalistas em estudo (RTP1, SIC e TVI). Desta análise, resultaram figuras²⁶ que apresentam as percentagens de cada género presente nas já referidas grelhas no período temporal em análise.

Tendo em conta a figura 1.1 relativa aos géneros televisivos presentes nas grelhas de programação do canal RTP1 em 2003 no horário nobre, verifica-se que o género Informação era o mais emitido (45,8%), seguindo-se programas de “Cultura geral/Conhecimento” e “Ficção” que mantinham uma igual percentagem de emissão (16,7%), enquanto que o “Divertimento” (12,5%) era o terceiro género mais emitido e relativamente aos programas “Diversos” e “Desporto” ocupavam lugares iguais mas com percentagens de emissão relativamente mais baixas (4,2%). É de assinalar que neste período os géneros “Arte e Cultura”, “Programas Eróticos” e “Juventude” não constaram dos programas emitidos.

No ano de 2005, confirma-se uma subida de emissões de programas com o género “Informação” (63%), os géneros “Divertimento” e “Cultura Geral/Conhecimento” ocupam a mesma posição (14,8%). A “Ficção”, (7,4%), comparativamente ao ano anterior sofre uma descida acentuada e de acordo com a figura 1.2 os restantes géneros televisivos foram excluídos da grelha de programas no horário nobre.

Passados dois anos, e tendo em conta a figura 1.3 é possível observar que em 2007 o género televisivo “Informação” (40%) continua no topo de programas emitidos, verificando-se uma ligeira descida que explica o reaparecimento do género “Desporto” na grelha da RTP1 e que ocupa o mesmo posicionamento (20%) dos géneros “Ficção”, “Divertimento” e “Cultura Geral/Conhecimento”. O género “Cultura Geral/Conhecimento” mantém relativamente a mesma posição, pelo que os programas “Diversos” ocupam a menor percentagem de programação no referido ano. Novamente se vêm excluídos da grelha os “Programas Eróticos”, a “Arte e Cultura” e o género “Juventude”.

Em 2009, observando a figura 1.4, verifica-se que a tendência se mantém com a “Informação” (40%) a liderar as grelhas de programação, seguindo-se o “Desporto” (20%) que sofre um ligeiro aumento e que acaba até por ultrapassar a emissão de programas com conteúdos do género “Ficção” (16,7%) e “Cultura Geral/Conhecimento” (13,3%). A categoria “Divertimento” (6,7%) desce para mais de metade as suas emissões, pelo que os programas

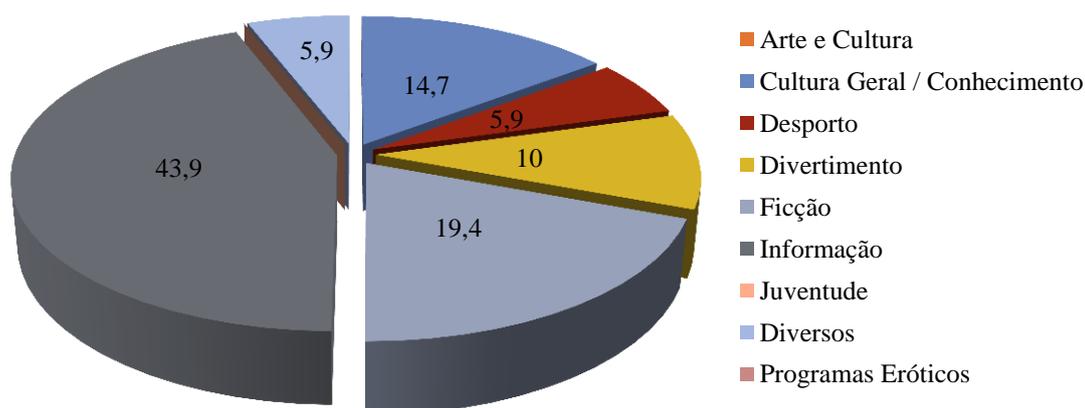
²⁶ Consultar ANEXO B: Trabalho Empírico

“Diversos” (3,3%) mantêm a mesma percentagem que no ano anterior. Os programas de “Juventude”, “Programas Eróticos” e programas de conteúdos de “Arte e Cultura” continuam sem qualquer presença na grelha de programação do canal, no referido horário.

De acordo com a figura 1.5 o género televisivo “Informação” (44,4%) continua a liderar a grelha de programação em 2011, mas neste ano a “Ficção” (25,9%) sofre uma acentuada subida de posição e pela primeira vez e com considerável percentagem (18,5%), aparece na grelha de programação da RTP1 o género “Cultura Geral/Conhecimento”. De referir que além dos programas que até agora não constavam da grelha de programação do horário nobre nos períodos analisados, verifica-se também que o “Desporto” e o “Divertimento” desapareceram da já referida grelha.

Por fim, em 2013 e tendo por base a figura 1.6 mais uma vez se verificou que é a “Informação” (34,4%) o género predominante nos programas emitidos no horário nobre, ainda assim, com uma percentagem próxima, a “Ficção” (28,1%) afirma o seu segundo lugar na grelha de programação, seguindo-se os programas de “Cultura Geral/Conhecimento” e programas “Diversos” com igual destaque (12,5%) no ano em questão. Excluídos em 2011, os géneros “Desporto” (6,3%) e “Divertimento” (6,3%) reaparecem na grelha, pelo que o género “Arte e Cultura” que em 2011 aparecera pela primeira vez, é novamente excluído.

Fig. 3.1 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal RTP1 (2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013) %



Depois de se ter procedido a uma análise da programação televisiva do horário nobre no canal RTP1 nos anos em questão, podemos concluir, tendo em conta a figura 3.1 que o género “Informação” (43,9%) foi de facto o género mais privilegiado nas grelhas de programação do canal, sendo que em todos os anos liderou as emissões. O segundo lugar,

apesar de algumas oscilações de percentagem coube à “Ficção” (19,4%). Seguem-se os programas do género “Cultura Geral/Conhecimento” (14,7%) que foram presença assídua de 2003 a 2013, e por fim, com uma presença menos regular o “Divertimento” (10%), o “Desporto” (5,9%) e os programas “Diversos” (5,9%). Nas grelhas de programação do canal RTP1 não constaram em qualquer ano de análise os programas com conteúdos do género “Juventude” e “Programas Eróticos”.

Relativamente à estação de Carnaxide (SIC), verifica-se que no ano de 2003, tendo em conta a figura 1.7, a “Ficção” (48%) era o género predominante nos programas que constavam das grelhas de programação, já o género “Divertimento” (28%) surge em segundo lugar, ainda assim próximo da “Informação” (24%). De referir que neste ano os géneros televisivos “Arte e Cultura”, “Cultura Geral/Conhecimento”, “Desporto”, “Juventude”, programas “Diversos” e “Programas Eróticos” não tiveram qualquer presença nas grelhas de programação do canal. Em 2005, e de acordo com a figura 1.8 a tendência mantém-se com o género “Ficção” (39,1%) a liderar a programação do canal no horário nobre, ainda assim, sofre uma ligeira descida de percentagem que é explicada pelo aumento de programas com conteúdos do género “Divertimento” (34,8%). O género “Informação” (26,1%) continua a ocupar o mesmo lugar com percentagem semelhante a 2003 e os géneros que nesse ano não constavam da grelha de programas continuam excluídos.

Tendo em conta a figura 1.9, e não contrariando a tendência evidenciada nos anos analisados anteriormente, em 2007 é mais uma vez o género “Ficção” (55,6%) a liderar as emissões de programas da SIC, por sua vez, a “Informação” (33,3%) que em 2003 e 2005 se encontrava em terceiro lugar, “ultrapassa” agora o “Divertimento” (11,1%) que sofre uma acentuada descida. De notar que os três géneros em questão são até à data em análise os únicos a constar da grelha de programação.

Em 2009, e de acordo com a figura 2.1 pela primeira vez o género televisivo “Ficção” (18,5%) não lidera a programação do canal, pelo que o “Divertimento” contrariando o ano de 2007, ganha agora destaque igualando a sua percentagem (40,7%) de programas emitidos ao género “Informação”, fazendo destes dois géneros os mais privilegiados na grelha de programas da SIC em 2009. Também neste ano não se verificam emissões de programas de outros géneros.

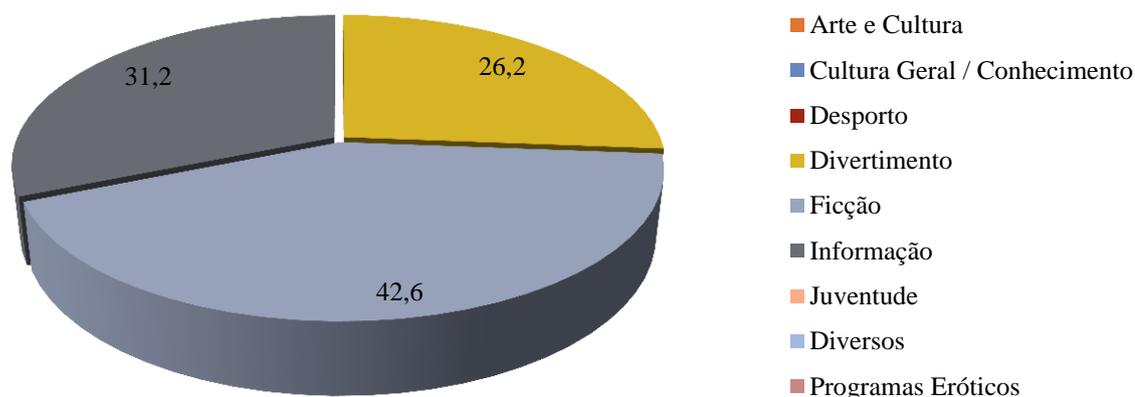
No ano de 2011, observando a figura 2.2 é possível verificar que o género “Ficção” líder nas emissões dos anos analisados à exceção de 2009, volta a recuperar o seu lugar (42,1%), pelo que a “Informação” (31,6%) sofre um ligeiro decréscimo nas emissões de programas com esse tipo de conteúdo e o género “Divertimento” ocupava agora o último

lugar descendo também a sua percentagem. Em 2011, e confirmando a tendência verificada nos anteriores anos analisados, os referidos géneros televisivos foram os únicos a marcar presença nas grelhas de programação da SIC.

Por fim, em 2013, e tendo em conta a figura 2.3 confirma-se novamente o que foi observado na maioria dos anos anteriores, o género “Ficção” (55%) continua a posicionar-se em primeiro lugar subindo ligeiramente a sua percentagem no que toca aos programas que constavam da grelha de programação, seguido da “Informação” (30%) e do “Divertimento” (15%). No ano de 2013, assim como nos anos analisados anteriormente, os programas de “Arte e Cultura”, “Cultura Geral/Conhecimento”, “Desporto”, “Juventude”, programas “Diversos” e “Programas Eróticos” não constaram das grelhas de programação do canal SIC.

Analisados os géneros televisivos que constavam das grelhas de programação do canal SIC no horário nobre dos anos em estudo, podemos concluir, tendo em conta a figura 3.2 que o género “Ficção” (42,6%) dominou as grelhas de programas, seguiu-se a “Informação” (31,2%) que apesar de ano para ano ter oscilado os seus valores numa perspetiva geral ocupou sempre uma posição de destaque assim como o género “Divertimento” numa menor escala (26,2%). Em todos os anos analisados foi possível observar que as grelhas de programação da SIC foram construídas tendo por base estes três géneros, pelo que a “Arte e Cultura”, a “Cultura Geral/Conhecimento”, o “Desporto”, o género “Juventude”, os programas de género “Diversos” e os “Programas Eróticos” não constaram das mesmas.

Fig. 3.2 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal SIC (2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013) %



No caso da TVI, e de acordo com a figura 2.4 é observável que em 2003 o género predominante nas grelhas de programação era a “Ficção” (51,9%), sendo que se seguia o “Divertimento” (25,9%) e por fim a “Informação” (22,2%). Os géneros “Arte e Cultura”, “Cultura Geral/Conhecimento”, “Desporto”, “Juventude”, programas “Diversos” e “Programas Eróticos” não constaram das grelhas de programação deste canal no período em análise. Em 2005, observando a figura 2.5 verifica-se que a “Ficção” continuava a ocupar o primeiro lugar nas grelhas de programação da TVI, pelo que os géneros “Informação” (23,1%) e “Divertimento” (15,4%) seguiram a tendência do anterior ano em estudo, ainda que com um ligeiro decréscimo deste último género. O género “Desporto” que não constava das grelhas em 2003, aparece agora ainda que com uma percentagem minoritária (7,7%), sendo que à exceção deste, os géneros que não foram emitidos em 2003 continuavam excluídos das grelhas no horário em estudo. No ano de 2007, de acordo com a figura 2.6 podemos verificar que a “Ficção” apesar de continuar a liderar as emissões do canal, partilha agora esse lugar com o género “Divertimento”, apresentando estes géneros as mesmas percentagens de programas emitidos (63,6%), é de realçar a subida eminente do “Divertimento” tendo em conta que no ano anterior se posicionava abaixo do género “Informação”, este, descendo neste ano a sua percentagem (22,7%). O “Desporto” (4,5%) manteve o seu lugar ainda que com uma ligeira descida, e os restantes géneros continuaram a não constar da grelha de programas da TVI.

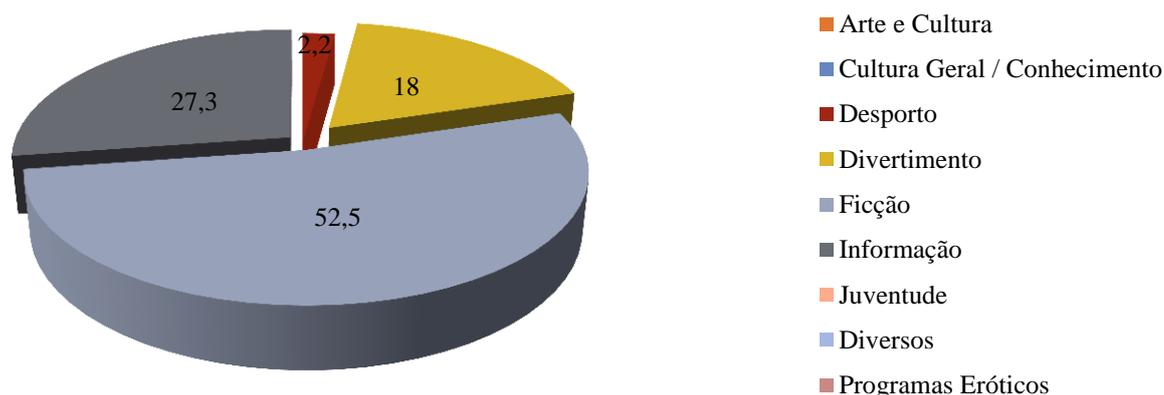
Tendo por base a figura 2.7, verifica-se que em 2009 o género “Ficção” (58,3%) seguindo a tendência dos anos anteriores, continua a ocupar a primeira posição, ainda assim, o “Divertimento” (8,3%) que no ano anterior liderava também a grelha de programas do canal, sofre um enorme decréscimo, perdendo o seu lugar novamente para o género “Informação” (33,3%). É de sublinhar que o “Desporto” que tinha conquistado o seu lugar na grelha em 2005 e 2007 desaparece novamente assim como os restantes géneros que até à data não constaram da grelha de programação.

De acordo com a figura 2.8, 2011 pode ser considerado um ano relativamente parecido com 2009, onde a Ficção (42,9%) continua a liderar ainda que sofrendo algum decréscimo, fator explicado pelo aumento de programas emitidos do género Divertimento (23,8%), que ainda assim perde o segundo lugar para a “Informação” que mantém a sua percentagem (33,3%). Os restantes géneros televisivos continuaram a não constar da grelha de programas da TVI. Por fim, e tendo em conta a figura 2.9 relativa ao ano de 2013 é observável que a tendência dos últimos anos continua a estar presente nas grelhas de programação do canal TVI, sendo que a “Ficção” (42,1%) lidera mais uma vez as emissões de programas, seguindo-

se o género “Informação” (31,6%), e com uma percentagem similar ainda que ligeiramente menor o “Divertimento” (26,3%). Os restantes géneros televisivos não constaram da grelha de programação do canal em 2013, fator que foi observado na maioria dos anos em estudo.

De uma forma geral, podemos concluir ao observar a figura 3.3 que o género televisivo “Ficção” (52,5%) ao longo do período em análise predominou em mais de metade das emissões que constavam das grelhas de programação do canal TVI. A “Informação” (27,3%) manteve também um lugar de destaque, assim como o género “Divertimento” (18%), ainda que ambos com percentagens menores. Os programas de “Desporto” (2,2%) constaram em alguns anos da grelha, não sendo presença assídua na maioria assim como os programas de “Arte e Cultura”, “Cultura Geral/Conhecimento”, “Juventude”, programas “Diversos” e “Programas Eróticos”.

Fig. 3.3 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal SIC (2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013) %



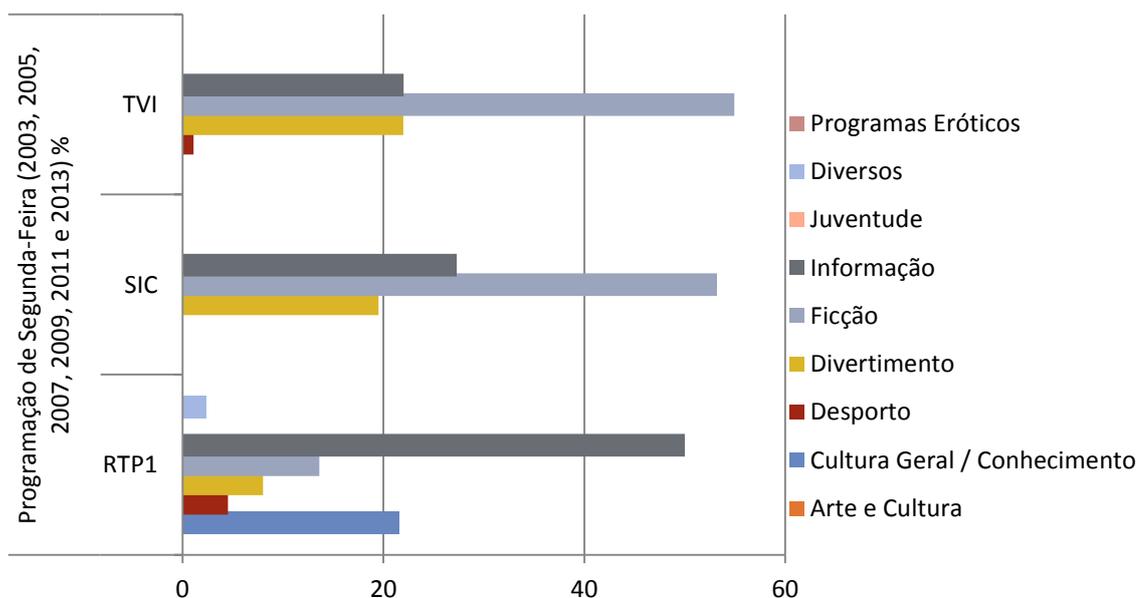
Depois da análise dos géneros televisivos presentes na programação de cada canal nos referidos anos, o balanço geral que pode ser feito desta programação indica que no canal de serviço público RTP1, predominou ao longo destes seis anos o género televisivo “Informação”, enquanto que nos canais privados SIC e TVI, o género que mais constava das grelhas analisadas era a “Ficção”. Ainda assim, o género “Divertimento” também se destacou na programação dos canais generalistas, sendo que, na sua maioria os restantes géneros televisivos não apareciam nas grelhas de programação dos canais, à exceção da RTP1 onde foi possível observar-se por vezes o género “Cultura Geral/Conhecimento”, o género “Diversos” e o género “Desporto” que no caso da TVI também se verificou mas com uma percentagem mínima.

Foi também possível analisarem-se os géneros televisivos presentes na grelha de

programas com base no facto de serem emitidos à segunda-feira e ao domingo, tendo em conta a construção da grelha que agrupou (com base nas grelhas de programação cedidas pelos canais) os programas por género, e por dia e mês de emissão. Esta análise teve como objetivo verificar se existem diferenças na programação televisiva dos canais quando a mesma é analisada num dia de semana ou num dia de fim de semana.

Relativamente à programação televisiva de segunda-feira na RTP1 e com base na figura 3.4, podemos verificar que predominava o género “Informação” (50%)²⁷, seguindo-se a “Cultura Geral/Conhecimento” (21,6%) e a “Ficção” (13,6%). Em percentagens mais pequenas constam também os géneros “Divertimento” (8%), “Desporto” (4,5%) e “Diversos” (2,3%) Já no canal SIC, observa-se que é a “Ficção” (53,2%) que mais presença tem no dia de semana, seguindo-se depois a “Informação” (27,3%) e o “Divertimento” (19,5%). O caso da TVI é similar ao da SIC onde predominam os géneros anteriormente apontados com a exceção de se incluir com pequena percentagem o “Desporto” (1,1%) que também consta da grelha da RTP1. Pode concluir-se que no dia de semana, a RTP apresenta uma grelha mais variada que os restantes canais no horário nobre, sendo que os públicos apostam mais no género “Ficção” e o privado no género “Informação”.

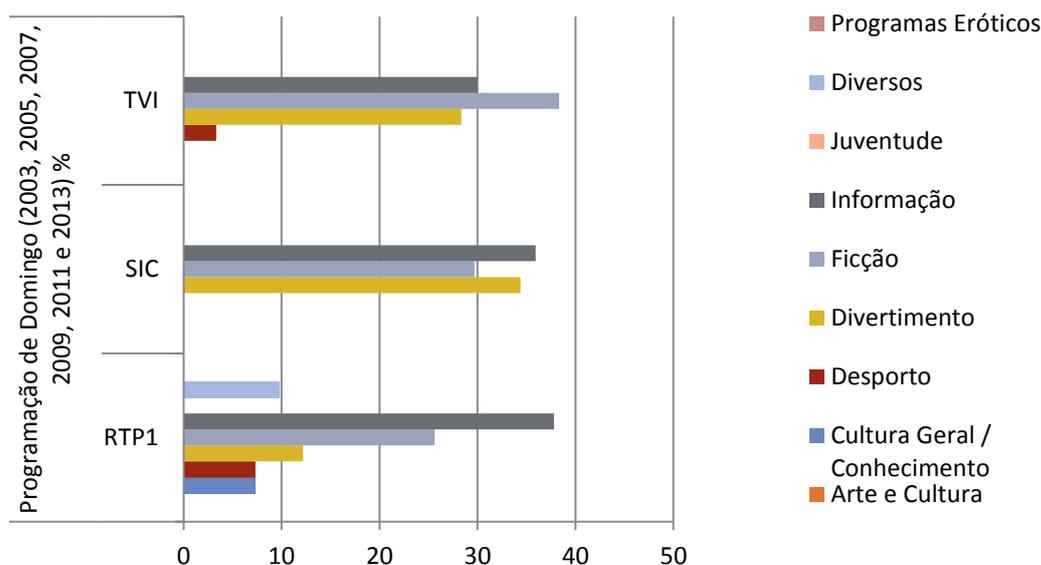
Figura 3.4 – Géneros televisivos presentes na programação de Segunda-Feira nos Canais RTP1, SIC e TVI (2003, 2005, 2007, 2009, 2011, 2013) %



²⁷ Consultar quadro relativo às percentagens dos géneros televisivos presentes na programação de Segunda-Feira.

No caso dos géneros televisivos presentes na programação de Domingo e observando a figura 3.5, verifica-se que no canal RTP1, assim como acontece na Segunda-Feira, é a “Informação” (37,8%) que domina as grelhas de programas, seguindo-se a “Ficção” (25,6%), o “Divertimento” (12,2%) e os programas “Diversos” (9,8%). O “Desporto” (7,3%) e os programas de “Cultura Geral/Conhecimento” (7,3%) constam também das grelhas mas com uma percentagem menor. Na SIC, é também a “Informação” (35,9%) o género mais presente nas grelhas, sendo que depois se segue o “Divertimento” (34,4%) e a “Ficção”. Já no canal TVI, a “Ficção” (38,3%) ocupa a posição de líder na programação das grelhas, seguida da Informação e do Entretenimento. O “Desporto” (3,3%) aparece também nas grelhas de programação da TVI e da RTP1 em percentagens mais baixas.

Figura 3.5 - Géneros televisivos presentes na programação de Domingo nos Canais RTP1, SIC e TVI (2003, 2005, 2007, 2009, 2011, 2013) %



Deste modo, pode concluir-se²⁸ que no caso da RTP1 a “Informação” é o género televisivo que predomina tanto nas grelhas de programação de Domingo, como nas grelhas de programação de Segunda-Feira. Já no caso da SIC, observa-se que à Segunda-Feira é a “Ficção” que mais presença tem, sendo que ao Domingo é substituído pelo género “Informação”. No canal TVI a “Ficção” lidera as grelhas ao Domingo e à Segunda-Feira.

Relativamente à programação televisiva generalista atual e à construção das grelhas de

²⁸ Consultar percentagens no ANEXO B: 1.3 e 1.4

programação, pode verificar-se tendo em conta as respostas dos entrevistados, que essa mesma construção assenta em critérios que variam de canal para canal, sendo que o fenómeno audiências está no cerne da questão para a maioria. De acordo com Hugo Andrade²⁹, o canal RTP1

é um canal claramente generalista, para o grande público que está alicerçado no que são os principais básicos dos grandes serviços públicos mundiais e europeus, por exemplo o padrão da BBC e que acabou por contagiar um pouco os outros serviços públicos sustentando as três vertentes de informar educar e divertir.

O diretor de programas do canal refere a RTP1 que a programação é feita através das audiências e que o essencial objetivo é chegar ao público certo, afirmando que “os públicos não estão todos disponíveis a mesma hora e os comportamentos sociais são muito curiosos. (...) cada projeto é pensado em função da hora em que é emitido para o público que está disponível aquela hora.” Ainda na temática da programação e dos públicos, Hugo Andrade refere que: “Uma das regras essenciais quando se está a fazer se televisão é “não interessa o que eu gosto” interessa quem está a ver naquele momento e o que é que essa pessoa gosta e também o que há disponível nos vários canais para poder haver um equilíbrio”.

No caso do canal SIC, relativamente à programação e construção das respetivas grelhas Luís Proença³⁰ afirma que “um canal generalista deve focar-se na procura de uma oferta televisiva que tente ser transversal para todos os públicos e que procure captar o interesse de todos os públicos e esse é sempre o maior objetivo”. No caso específico da sic a programação não é realizada para nichos de públicos diferenciados, pois aquilo que se pretende é que se chegue ao máximo de público possível e disponível para a oferta da televisão generalista.

(...) do ponto de vista dos horários e dos dias os públicos têm comportamentos diferenciados em função do dia e da hora em que estão a ver televisão (...) a título de exemplo eu não dou desenhos animados às 20h da noite (...) não emitimos num canal que é generalista e que portanto que se pretende que seja dirigido à esmagadora maioria dos públicos series de drama norte americanas às 11h da manhã.

²⁹ Entrevista realizada nas instalações da RTP

³⁰ Entrevista realizada nas Instalações da SIC

No ponto de vista de Paulo Soares³¹ e relativamente à construção das grelhas de programação do canal TVI:

quando falamos numa estação generalista estamos a falar de muitos géneros ao mesmo tempo (...) os critérios são fundamentados na componente de ser uma estação comercial (...) a grande preocupação é obter rentabilidade final do ponto de vista do acionista (...) o primeiro critério como estação comercial é “eu quero garantir o maior volume possível de audiência.

Quanto à presença de certos géneros televisivos nas grelhas de programação dos canais generalistas e a influência que as audiências têm na construção dessas grelhas, referindo-se à RTP1, Hugo Andrade afirma que existe uma correlação inevitável entre o momento em que se faz uma determinada aposta de programação e as pessoas que lá estão para a ver.

(...) isto é um negócio, tem uma componente de negócio sem a qual não existe, de outra forma vai à falência e fecha (...) há que correlacionar permanentemente o investimento que se faz em determinado tipo de programação com o número de pessoas que vão estar a ver”.(Entrevista a Hugo Andrade)

Já Luís Proença da SIC refere que existem dois tipos de audiência nos canais generalistas, as “audiências de massa” e os “*quality rating*”, uma audiência mais sofisticada. Na opinião do mesmo “os reality shows pela sua natureza em Portugal são ofertas do mais transversal que existe e que capitalizam massas (...) nos *talent shows* quem vê são públicos com comportamentos menos massificados e mais sofisticados”. Neste âmbito, o Diretor de Programação do canal refere que o *reality show* “ (...) é uma bomba atómica na captação de audiências, o *talent show* pode ser um míssil dirigido para atingir o target pretendido”.

No caso da TVI, Paulo Soares afirma existirem dentro da procura de grandes públicos, padrões e comportamentos que geram grandes volumes de audiência, e esse é o critério principal, “procurar programas que gerem audiências em horários específicos”. Na grelha de programação da TVI

o critério da manhã é um programa talk show, o género está definido há 10 anos ou mais (...) À 13h da tarde programa de informação, a seguir à hora de almoço similitude com o sucesso do passado, novela(...)no resto da tarde vai-se buscar a mesma fórmula da manha, outro talk show.

³¹ Entrevista realizada nas instalações da TVI

Ainda relativamente à programação mas neste caso de fim de semana o Diretor de audimetria e estudos de mercado refere que

(...) ao domingo as noites são uma fórmula que nós desenvolvemos (...) partir de certa altura apareceram os realitys e de forma condicionada foram levados para o domingo (...) e durante 9 anos, ao domingo já se sabia que no essencial era e é entretenimento e grande entretenimento.

Podemos assim afirmar que a hipótese³² de que a programação televisiva dos canais generalistas atualmente é realizada para públicos específicos tendo em conta os diferentes períodos do dia e tendo em conta o número de audiências, confirma-se, pelo que estes critérios são observados tanto nos canais de serviço privado como no canal de serviço público. Já relativamente ao facto de existirem géneros televisivos com mais presença nas grelhas de programação derivado ao fator audiências³³, esta é também uma realidade que se considera presente em ambos os canais generalistas. Fundamentando teoricamente estas hipóteses agora confirmada, podemos referir o conceito de neotelevisão³⁴, anteriormente observado em que Umberto Eco anuncia uma nova fase marcada pela desregulamentação e pela oportunidade de lucro através das audiências, pelo que os canais seguiriam um modelo de programação semelhante e baseado naquilo que os espectadores querem ver. Pode também ser verificado o conceito de televisão relacional sugerido por Dominique Mehl³⁵ onde a autora revela a televisão como sendo algo decretado pelo próprio espectador e onde os programas são criados tendo em conta os seus gostos e as suas escolhas. O conceito de “concorrência por complementaridade”³⁶ da mesma autora também pode ser observado pelo que se verifica que as estratégias de programação são elaboradas tendo em conta as audiências dos programas, com especial atenção à procura dos públicos de televisão. Recorrendo ao estudo de Ana Paula Fernandes³⁷, onde a autora revela que os canais generalistas RTP1, SIC e TVI apresentam uma grelha de programação federativa, pode também confirmar-se essa realidade. Observando os resultados³⁸ derivados da análise das grelhas de programação dos três canais generalistas realizada para este estudo e tendo em conta os dados relativos à concentração de audiências por géneros televisivos da Marktest³⁹ confirma-se também o facto de os

³² Consultar Capítulo III: 3.1

³³ Consultar Capítulo III: 3.1

³⁴ Consultar Capítulo I: 1.1

³⁵ Consultar Capítulo I: 1.2.1

³⁶ Consultar Capítulo I: 1.3

³⁷ Consultar Capítulo I: 1.3

³⁸ Consultar Capítulo III: 3.2

³⁹ Consultar Capítulo I: 1.4

programadores elaborarem as suas grelhas de acordo com os gostos do público tendo em conta as audiências.

Existem diversas diferenças quando comparados o serviço público e privado de televisão, principalmente no que toca à presença de certos géneros televisivos na grelha de programação dos canais generalistas, nomeadamente a informação. Na perspetiva de Hugo Andrade:

(...) no caso da informação todos os canais têm de ser rigorosos (...) na RTP não temos de obedecer a interesses económicos e portanto a nossa liberdade é muito mais fácil de ser concretizada (...) como somos serviço público alargamos o nosso âmbito da informação a outras áreas como por exemplo a investigação e o debate(...)temos um âmbito de atuação na área de informação mais alargado do que os outros canais e uma capacidade de trabalhar a informação de uma forma muito diferente dos outros canais (...).

Na opinião de Luís Proença (SIC), e ainda relativamente a esta temática, o mesmo considera que “Há determinados géneros que não cabem na oferta de um canal público financiado na maioria pelos contribuintes comparando por exemplo com os canais privados (...) na televisão generalista cada canal tem um posicionamento” e Hugo Andrade refere que “A televisão se for comercial comporta-se de uma maneira e se for pública de outra, ainda assim, estão as duas a comportar-se segundo públicos, uns estereotipados e outros menos”.

Tendo em conta as afirmações dos entrevistados e principalmente os resultados da análise das grelhas de programação dos canais e que nos permitem refletir sobre as diferenças entre a presença de certos géneros televisivos na estrutura de programação dos canais de serviço privado e do canal de serviço público, pode ser confirmada a terceira hipótese exploratória⁴⁰ evidenciada anteriormente neste estudo. De facto, quando comparada a presença de certos géneros televisivos nos dois tipos de canais, nomeadamente o género “Informação”, e tendo em conta os resultados⁴¹ pode verificar-se que ao contrário da SIC e da TVI que apostaram na sua maioria em programas de “Ficção” e “Divertimento”, a RTP1 privilegiou sempre a “Informação” na construção das suas grelhas, facto que também pode ser observado quando comparada a programação a nível do dia de semana e do fim de semana, onde em ambos o género “Informação” lidera as emissões. Já se observarmos alguns dados secundários⁴² que se inserem no contexto, neste caso da Marktest podemos confirmar a tendência anteriormente descrita. Em termos de teorias que comprovem esta dinâmica,

⁴⁰ Consultar Capítulo III: 3.1

⁴¹ Consultar Capítulo III: 3.2

⁴² Consultar Capítulo I: 1.3

Felisbela Lopes⁴³ refere que os programas de informação semanal foram desaparecendo das grelhas de programação dos canais privados a partir do momento em que surgiram os *reality shows*. A autora afirma⁴⁴ ainda, e entrando já na justificação da próxima hipótese exploratória a ser confirmada que o desaparecimento da “Informação” dos canais privados pode estar intimamente ligado ao facto de terem surgido canais temáticos que “engoliram” de alguma forma a informação dos principais canais. O surgimento dos canais temáticos por cabo está inteiramente relacionado com o desaparecimento de alguns géneros televisivos nos canais generalistas. Na perspetiva de Hugo Andrade

Hoje em dia temos mais de 100 canais e 75% da população portuguesa tem cabo (...) uma pessoa quando liga a televisão em casa as 21h e tem o pacote normal de cabo, entre as 21 e a 24h tem 660 programas para escolher (...) o segredo para se conseguir ter algum sucesso neste meio é trabalhar objetivamente para públicos específicos (...) os públicos vêm aquilo que lhes interessa.

No caso da SIC, Luís Proença refere que “Tivemos de concentrar o nosso investimento e conseqüentemente há uma perda de multiplicidade de oferta (...) outras plataformas de oferta vieram retirar espaço de manobra aos canais generalistas. Relativamente ao género televisivo “Desporto” Hugo Andrade e Luís Proença têm visões similares que assentam no facto deste género ser de menos visibilidade e em alguns casos ter até desaparecido da grelha de programação devido ao surgimento dos canais temáticos por cabo.

(...) Alguns géneros não desapareceram mas perderam volume e importância. As televisões têm menos gente a ver perderam em primeiro lugar as crianças e depois os públicos urbanos, os homens e neste momento estão também a perder mulheres (...) há certos géneros q morrem de forma natural não por decisão dos canais mas pela redefinição do modelo de oferta do consumidor como é o caso do “Desporto”. (entrevista a Paulo Soares)

(...) passámos a ter no início de 2001 e em crescendo três canais de notícias na televisão portuguesa que fazem transmissões desportivas neste caso do que se fala em torno do futebol(...)se de repente somarmos temos 10 canais de televisão que falam de desporto ao mesmo tempo. Isto significa que o segmento da oferta através da subscrição dos canais, a subscrição tem uma penetração de quase 75 % o que significa que no final do dia a maioria dos espectadores tem acesso e perante isto é inevitável que os canais generalistas percam alguns géneros. (entrevista a Luís Proença)

⁴³ Consultar Capítulo I: 1.4

⁴⁴ Consultar Capítulo I: 1.4

Tendo em conta a opinião dos entrevistados relativamente ao aparecimento dos canais a cabo estar interligado ao desaparecimento de alguns géneros televisivos da estrutura da grelha de programação, pode afirmar-se que todos estão de acordo relativamente a este assunto sendo que existe uma consonância especificamente quando é referido o género “Desporto”. Deste modo, pode ver-se confirmada a quarta⁴⁵ hipótese exploratória que aborda esta realidade principalmente se forem observados os resultados relativos à presença dos géneros televisivos na grelha de programação dos canais que confirmam uma grelha cada vez mais monotemática principalmente nos canais SIC e TVI, onde o género “Desporto” aparece em alguns anos, mas com percentagens de emissão muito baixas. Os géneros “Ficção”, “Divertimento” e “Informação” ocupam a maior parte da grelha no horário nobre dos canais, sendo que géneros televisivos como a “Arte e Cultura”, a “Juventude”, a “Cultura Geral Conhecimento/”, os “Programas Eróticos” e os “Programas Diversos” não aparecem na grelha de programação dos canais privados. Já no caso da RTP1 estes géneros têm alguma presença na composição das grelhas ainda que com percentagens menores relativas aos outros géneros à exceção da “Cultura Geral/Conhecimento” que em alguns anos apresenta percentagens significativas. Referindo ainda dados secundários⁴⁶ relativamente a este assunto, pode observar-se que esta tendência é evidenciada também pelo aumento de alojamentos cablados em Portugal, de onde se retira a conclusão de que a televisão temática é cada vez mais procurada pelos espectadores.

Existem também teorias⁴⁷ que fundamentam esta hipótese, veja-se por exemplo Eduardo Torres que afirma a existência de uma tendência que revela insatisfação por parte do público com a televisão generalista muito derivado à multiplicidade de oferta presente nos canais temáticos. Por fim e relativamente à quinta⁴⁸ hipótese exploratória evidenciada neste estudo, a mesma pode ser confirmada tendo em conta tudo aquilo que foi referido na explicação e fundamentação tendo em conta os resultados obtidos da análise das grelhas de programação, as entrevistas realizadas e também as teorias⁴⁹ evidenciadas anteriormente. Pode realmente afirmar-se que a televisão atual é cada vez mais centralizada nos indivíduos, pelo que os programadores se vêm obrigados a redefinir as suas estratégias de programação tendo em conta a modernização e o desenvolvimento de novas tecnologias e mentalidades.

⁴⁵ Consultar Capítulo III: 3.1

⁴⁶ Consultar Capítulo I: 1.4

⁴⁷ Consultar Capítulo I: 1.4

⁴⁸ Consultar Capítulo III: 3.1

⁴⁹ Consultar Capítulo II: 2.3

CONCLUSÃO

A realização desta dissertação tem como principal objetivo perceber as diferenças que existem em termos de géneros televisivos nas grelhas dos canais generalistas portugueses. Para tal, foi primeiramente realizada uma análise à evolução histórica da televisão e da programação televisiva em Portugal. Desta análise concluiu-se que o panorama televisivo português passou por diversas fases que coincidiram primeiramente com a paleotelevisão, onde se vivia em clima de monopólio estatal e conseqüentemente havia mais regulação sobre a televisão, neste caso sobre a RTP. Este canal garantia a sua sobrevivência maioritariamente pelo capital do Estado, pelo que os géneros que emitia se baseavam principalmente na “Informação” e na “Ficção”.

Depois da Revolução de 25 de Abril de 1974 a televisão entrou numa nova fase onde a programação começou a ficar mais inclinada para o entretenimento, sendo que nos anos 80, a necessidade de diversificação da oferta começou a sentir-se e no início dos anos 90 surgem os dois primeiros canais privados, SIC e TVI. Não tardou muito até que estes três canais entrassem na chamada “era da concorrência” marcada principalmente pela luta de audiências. Com o fenómeno das audiências, foi notório o aumento da presença de vários géneros televisivos nas grelhas de programação dos canais generalistas.

Apurando-se as diferenças na programação televisiva dos canais privados quando comparados com o público, verifica-se que estas sempre existiram e continuam a existir. Isto acontece porque há certos critérios que o serviço público necessita de cumprir e que por um lado o deixa por vezes em desvantagem com os outros canais, principalmente devido ao fenómeno da individualização crescente dos públicos recetores e a escolha que fazem daquilo que querem ver.

Tendo em conta os resultados obtidos na análise das grelhas de programação dos canais generalistas foi possível verificar que realmente as maiores diferenças existem quando comparamos um canal público com um canal privado. Neste caso específico foi possível aferir que a RTP1 fez da “Informação” o género televisivo de “topo” das suas grelhas de programação nos anos analisados (2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013) e no período prime-time. Já a TVI e a SIC apesar de terem elevadas percentagens do género “Informação” privilegiaram na maioria dos anos a “Ficção” e o “Divertimento”, fator que demonstra a preocupação dos programadores televisivos das estações comerciais com as audiências. Pode também verificar-se que a grelha dos canais generalistas de 2003 para 2013 foi ficando cada vez mais monotemática, pelo que falar de televisão generalista no horário nobre atualmente

significa falar particularmente dos três géneros já aqui referidos, a “Ficção”, a “Informação” e o “Divertimento”. Ainda assim, este fenómeno é mais acentuado nos canais privados, pois a RTP1, apesar de ter vindo a acompanhar as tendências em termos de géneros dos canais concorrentes ainda apresentou uma relevante percentagem de emissão de programas de “Cultura Geral/ Conhecimento” e de “Programas Diversos”.

À mesma conclusão se chegou quando se procedeu à análise da diferente presença de géneros nas grelhas dos canais generalistas numa perspetiva de dia de semana ou de fim de semana. Foi então possível observar que a TVI tanto à Segunda-Feira como ao Domingo privilegia a emissão de programas do género “Ficção”. A SIC também aposta no género “Ficção” à Segunda-Feira, ainda assim o género “Informação” é privilegiado ao Domingo, e na RTP1 o referido género é também o mais presente nos dias analisados.

Tendo em conta este “desaparecimento” de alguns géneros televisivos das grelhas dos canais generalistas portugueses tentou-se apurar os fatores responsáveis por esta realidade. Feitas as entrevistas e analisados dados secundários a este estudo pode concluir-se que o principal fator que contribui para que os programadores de televisão centrem as emissões em determinados géneros e optem por “eliminar” outros das grelhas deve-se principalmente ao surgimento dos canais temáticos por cabo e à crescente individualização dos públicos.

A televisão generalista não consegue competir com a multiplicidade de oferta proporcionada pelos canais temáticos, pelo que tem vindo a perder público para este segmento, assim sendo, os programadores têm de adotar certas estratégias para que consigam captar o maior número de audiências. Parte dessas estratégias assenta em estudar o público recetor de um género televisivo em certo período do dia e tendo em conta esses critérios emitir o programa que vá de encontro ao mesmo. Estas estratégias são adotadas tanto nos canais privados como no canal de serviço público, pelo que este último apesar de não ser uma estação comercial necessita de audiências para continuar a existir.

A tendência que possivelmente é mais válida atualmente é a da perda de audiência da generalista para a televisão temática. Ainda assim, a televisão generalista não desaparecerá e continuará a ter um papel fundamental no consumo televisivo, isto porque como refere Torres (2004: 1037): “(...) é da oposição entre ambas as dimensões que nasce e vive o sujeito e, portanto também o espectador(...) todavia(...)terão de verificar-se mudanças na programação.” A hipertelevisão está decididamente a conquistar o seu espaço e a transformar o telespectador individualista num telespectador do “ego”, que quer definir a sua própria televisão, deixando cada vez mais para trás os conteúdos para toda a família. O individualismo é uma tendência cada vez mais presente nas sociedades contemporâneas o que contribuí para a diminuição e

até desaparecimento do “ver televisão em família”, este sendo substituído por uma atividade mais individualista, identitária e egocêntrico, o “produzir” da própria televisão que se quer ver.

FONTES

Decreto-Lei nº674-D/75 2 de Dezembro de 1975

Página Oficial do Instituto Nacional de Estatística (INE) - www.ine.pt

BIBLIOGRAFIA

- Baccega et. Al (2009), “Gêneros Televisivos e publicidade no prime-time português e brasileiro: a recepção como suporte das relações entre comunicação e práticas de consumo”. Anuário Lusófono, 2009.
- Bardin, L. (2009), *Análise de Conteúdo*. Lisboa; Portugal, Edições 70, LDA.
- Boni, Valdete e Sílvia Quaresma (2005), “Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais.”, Revista Online dos Pós-Graduados em Sociologia Política da UFCS, Vol. 2, nº 1, Janeiro-Julho de 2005, pp. 68-80 (Online)
- Disponível em: www.emtese.ufsc.br
- Borga, Cesário (2008), *A Terceira Era da Televisão*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa, ISCTE.
- Bourdieu, Pierre (1997), *Sobre a Televisão*, Oeiras: Celta.
- Brandão, Nuno (2005), *Prime time : do que falam as notícias dos telejornais*, Cruz Quebrada : Casa das Letras.
- Brandão, Nuno, (2002) “As Categorias Temáticas Dominantes nos Telejornais”, *Trajectos* (1) Lisboa: ISCTE Editorial, pp. 72–95
- Cádima, Rui (2008), “Do Audiovisual Europeu à Europa dos Cidadãos”, Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, vol. X (3). (Online)
- Disponível em: <http://www.eptic.com.br/>
- Cádima, Rui (1999), *Desafios dos Novos Media: A nova ordem política e comunicacional*. Lisboa: Editorial Notícias, 1ªed.
- Cardoso, Gustavo (2007), *A Mídia na Sociedade em Rede*. Brasil: Editora FGV 1ªed.
- Cádima, Francisco Rui (1995), *O Fenómeno Televisivo*, Lisboa: Círculo de Leitores.
- Cardoso et Al (2009), *Media, Redes e Comunicação: futuros presentes*. Lisboa: Quimera Editores
- Cassetti, Francesco e Roger Odin (2012), “Da Paleo à Neotelevisão: Abordagem semipragmática” Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, nº27. (Online)
- Disponível em: <http://www.uff.br/>
- Charles, Ragin (1994), *Constructing Social Research-The unity and diversity of Method*. Pine Forge Press
- Creswell, John (2002) *Research design - Qualitative, Quantitative, and mixed methods approaches*, 2ª ed.
- Eco, Umberto (1983), *A Transparência Perdida*. (Online)
- Disponível em: <http://midiato.wordpress.com/>
- Eco, Umberto (1986), *Viagem na Irrealidade Quotidiana*, Lisboa: Difel, 3ªed.
- Entidade Reguladora Para a Comunicação Social (2008), “Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social”, 1ª ed. (Online)
- Disponível em: <http://www.erc.pt>
- Fernandes, Ana Paula (2002), “Televisão do Público: Um estudo sobre a realidade portuguesa.” *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº32, pp. 117-145. (Online)
- Disponível em: <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/>
- Fernandes, Ana Paula (2001), *Televisão do Público - Um estudo sobre a realidade portuguesa (1993-1997)*, Coimbra: Minerva, 1ªed.
- Lopes, Felisbela (2007), “ Dos excessos da TV generalista: Retratos da informação semanal emitida em horário nobre”, comunicação apresentada no colóquio *A Nova Entidade Reguladora no quadro das Políticas da Comunicação em Portugal*, Universidade do Minho, 10 de Abril de 2007, Braga. (Online)
- Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/>
- Lopes, Felisbela (2005), “Os donos dos plateaux da informação semanal da TV generalista”, comunicação apresentada ao 4º SOPCOM, 20 de Outubro de 2005, Aveiro (Actas do Congresso). (Online)
- Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/>

- Lopes, Felisbela e Miguel Loureiro (2009), “Da Paleotelevisão à Hipertelevisão” em Gustavo Cardoso, *Media, Redes e Comunicação*, Lisboa: Quimera, pp. 231-254.
- Lopes, Felisbela e Sara Pereira (2007), “Estudos sobre programação televisiva: os programas de informação e os conteúdos para a infância”, comunicação apresentada no Congresso *Informação e Programação de Serviço Público num Contexto Competitivo*, 19 e 20 de Março de 2007, Lisboa, Portugal. (Online)
Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/>
- Meener, Pete (1996). *Le top 20 des indicateurs de performances*. Genebra: Diffusion.
- Mehl, Dominique (1992), *La Fenêtre et le miroir, la télévision et ses programmes*, Paris: Payot.
- Observatório da Comunicação (2008), “A Televisão Em Portugal. A partir dos dados do Anuário da Comunicação 2007-2008” (Online)
Disponível em: <http://www.obercom.pt>
- Quivy, Raymond e Luc Van Campenhoudt (2005), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva, 4ªed.
- Quivy, Raymond (1998), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva.
- Rebelo, José (1993), “No primeiro aniversário da televisão privada em Portugal”. *Análise Social*, Vol. XXVIII (122), pp.653-677. (Online) ~
Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt>
- Sobral, Filomena (2012), “Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospectiva”, *Millenium*, (42) (janeiro/junho), pp. 143-159. (Online)
Disponível em: <http://www.ipv.pt/>
- Teves, Vasco Hogan (1998) , *História da Televisão em Portugal*, Lisboa: TV Guia.
- Torres, Eduardo (2006), *A Tragédia Televisiva*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 1ªed.
- Torres, Eduardo (2004), “Televisão do nós e televisão do eu - a encruzilhada da televisão generalista.” *Análise Social*, vol. XXXVIII, (169), pp. 1011-1042. (Online)
Disponível em: <http://analisesocial.ics.ul.pt/>
- Torres, Eduardo (2010), *A Multidão e a Televisão: Representações Contemporâneas da Efeverscência colectiva*, tese de Doutoramento em Ciências Sociais, Universidade de Lisboa (Instituto de Ciências Sociais). (online)
Disponível em: <http://repositorio.ul.pt/>

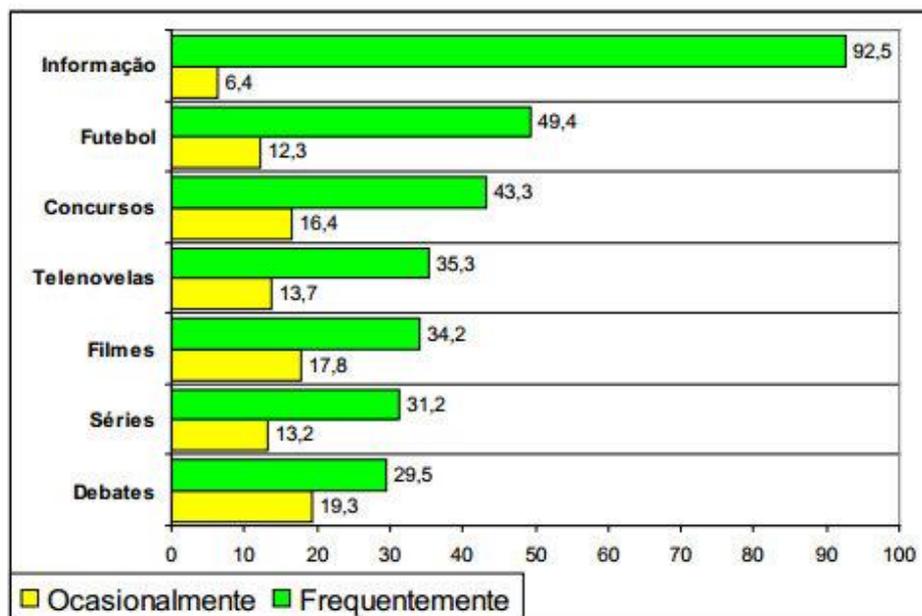
ANEXO A : TELEVISÃO GENERALISTA «EM PORTUGUÊS»

Quadro 1.1 - Caracterização da exibição televisiva por género televisivo – Atividades de Televisão, 2006

Género televisivo	Horas de emissão de programas televisivos		Número de programas de televisão transmitidos	
	Total	De origem nacional	Total	De origem nacional
Total (horas/nº)	146 952	79 379	32 510	16 383
Ficção	24,1	9,7	18,3	15,8
Filmes cinematográficos	8,9	0,5	5,2	0,4
Séries	8,9	1,6	6,3	2,7
Telenovelas	4,0	5,4	5,7	11,2
Outras produções de ficção	2,3	2,2	1,1	1,5
Entretenimento	29,5	36,3	39,2	31,0
Programas desportivos	9,0	6,6	17,6	13,5
Informação	20,7	32,6	15,1	30,0
Televentas	1,4	0	0	0
Documentários	5,0	5,8	5,0	4,6
Animações / programas infantis	3,2	2,2	2,2	0,7
Educação	0,6	1,0	0,1	0,2
Religião	0,6	0,9	0,6	1,0
Outros	5,9	4,8	1,7	3,2

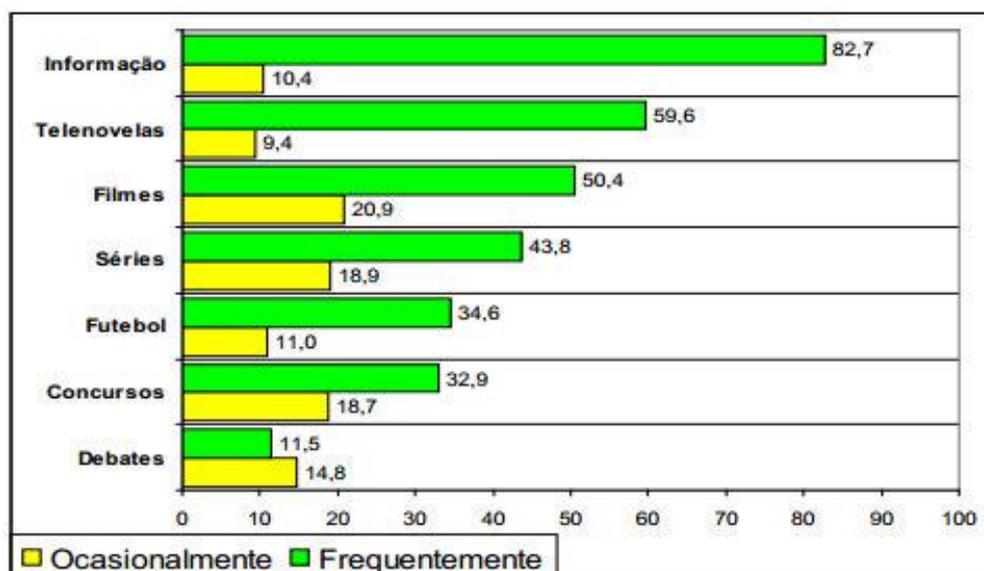
Fonte: INE, Inquéritos aos Serviços do audiovisual *in* Relatório “A Televisão em Portugal”, Obercom.

Quadro 1.2 – Os programas que mais vê no seu canal preferido, a RTP1 (%)



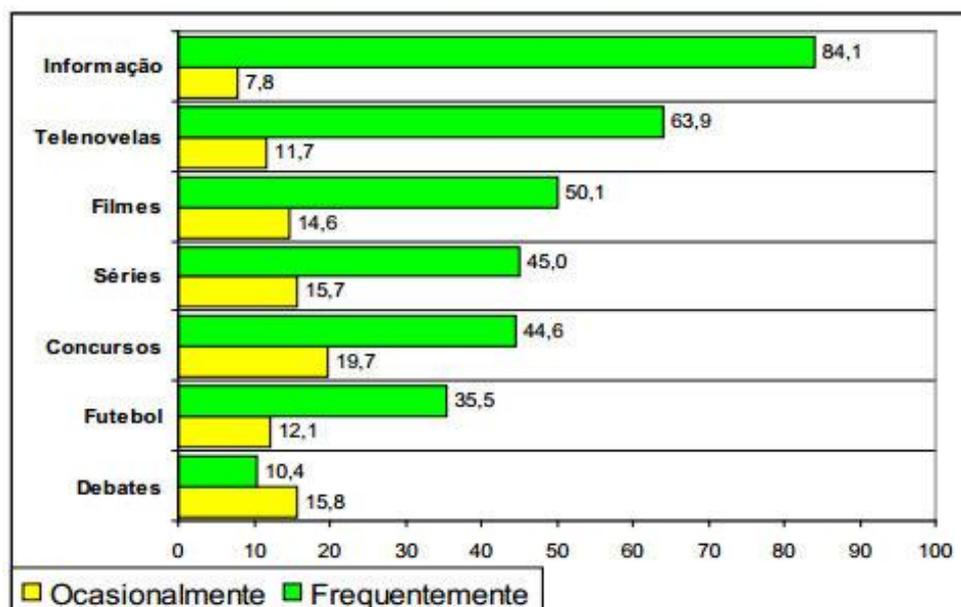
Fonte: Sondagem nacional, ERC/ISCTE

Quadro 1.3 – Os programas que mais vê no seu canal preferido, a SIC (%)



Fonte: Sondagem nacional, ERC/ISCTE

Quadro 1.4 – Os programas que mais vê no seu canal preferido, a TVI (%)



Fonte: Sondagem nacional, ERC/ISCTE

ANEXO B: TRABALHO EMPÍRICO

Quadro 1.1 – Classificação de programas segundo género televisivo

	Classificação de Programas
Géneros Televisivos	Classifica-se nesta categoria todos os Filmes, Telefilmes, Séries, Telenovelas e Teatro.
Ficção	Enquadram-se nesta categoria todos os programas e espectáculos eruditos do tipo Ópera, Bailado, Música Clássica e Jazz.
Arte e Cultura	Engloba todo o tipo de programas musicais (concertos, sucessões de “Videoclips”), Concursos, Programas de Humor e/ou Entretenimento. Talk-Shows, Circo, Galas, programas de magia e Reality-Show também fazem parte desta categoria. São classificados nesta categoria programas como a Praça da Alegria, Big Brother e Portugal em Festa.
Divertimento	Todos os programas ou acontecimentos noticiosos em directo ou diferido. Exemplo de programas a classificar: Telejornal, Jornal da Noite, Jornal das 8 e Sexta às 9.
Informação	Todos os programas ou acontecimentos noticiosos em directo ou diferido. Exemplo de programas a classificar: Telejornal, Jornal da Noite, Jornal das 8 e Sexta às 9.
Cultura Geral/Conhecimento	Engloba todos os documentários e magazines de carácter técnico, cultural e científico. Ex.: National Geographic, O Nosso Mundo, Agora, Autores, Janela Indiscreta, etc.
Desporto	Todas as transmissões directas ou diferido de programas desportivos. Documentários e também programas Informativos cujo tema seja Desporto.
Juventude	São classificados nesta categoria todos os programas ou jogos de carácter educativo/juvenis, desenhos animados e filmes com animação, serve como exemplo o Zig Zag, SIC Kids ou o Lol.
Diversos	São considerados os intervalos de apresentação de programas, intervalos musicais, Programas de Apoio à Comunidade, Sorteios, Sinais Horários, etc.
Programas Eróticos	Todo o tipo de programas com apontamentos ou reportagens cujo o tema principal seja de carácter erótico ou sexual.

Fonte: Marktest

Quadro 1.2 - Grelha de Análise de Géneros Televisivos nos Canais RTP 1, SIC e TVI
(2003,2005 e 2007)

CANAL	GÉNEROS	2003							2005							2007									
		Março		Julho		Outubro			Total	Março		Julho		Outubro			Total	Março		Julho		Outubro			Total
		Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana		Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana		Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	
RTP 1	Arte e Cultura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Cultura Geral / Conhecimento	1	0	1	1	1	0	4	1	1	0	1	1	0	4	1	0	2	0	1	0	0	4		
	Desporto	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1		
	Divertimento	1	1	0	0	0	1	3	0	0	2	1	0	1	4	0	2	1	1	1	1	1	6		
	Ficção	0	0	3	1	0	0	4	0	1	0	0	0	1	2	0	0	3	1	0	2	6			
	Informação	2	2	2	1	3	1	11	2	3	3	3	4	2	17	3	2	0	2	3	2	12			
	Juventude	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Diversos	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1		
	Programas Eróticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SIC	Arte e Cultura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Cultura Geral / Conhecimento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Desporto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Divertimento	1	1	1	1	2	1	7	1	1	2	1	1	2	8	0	1	0	1	0	1	3			
	Ficção	3	3	3	1	1	1	12	3	1	2	1	2	0	9	3	2	3	2	3	2	15			
	Informação	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	2	1	2	2	1	9			
	Juventude	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Diversos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Programas Eróticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
TVI	Arte e Cultura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Cultura Geral / Conhecimento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Desporto	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	1	1			
	Divertimento	1	1	1	1	2	1	7	0	0	1	1	1	1	4	0	0	0	0	1	1	2			
	Ficção	3	1	3	2	2	3	14	4	3	3	2	2	0	14	3	4	3	2	2	0	14			
	Informação	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	0	5			
	Juventude	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Diversos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Programas Eróticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		

CANAL	GÉNEROS	2009							2011							2013									
		Março		Julho		Outubro			Total	Março		Julho		Outubro			Total	Março		Julho		Outubro			Total
		Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana		Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana		Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana	Dia de Semana	Fim de Semana		
RTP 1	Arte e Cultura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Cultura Geral / Conhecimento	2	1	1	0	0	0	4	2	0	1	1	1	0	5	2	0	1	0	1	0	1	0	4	
	Desporto	0	1	0	0	1	4	6	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	
	Divertimento	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	2	
	Ficção	0	1	0	1	2	1	5	0	2	0	2	1	2	7	1	2	1	2	1	2	1	2	9	
	Informação	3	2	3	2	2	0	12	1	1	4	1	3	2	12	3	1	2	2	1	2	1	2	11	
	Juventude	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Diversos	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	3	0	1	0	1	0	2	0	2	4	
	Programas Eróticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SIC	Arte e Cultura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Cultura Geral / Conhecimento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Desporto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Divertimento	1	2	2	2	2	2	11	0	1	1	1	1	1	5	0	1	0	1	0	1	0	1	3	
	Ficção	2	1	1	0	1	0	5	1	1	2	1	2	1	8	3	0	3	0	3	2	1	1	11	
	Informação	2	2	1	2	2	2	11	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	6	
	Juventude	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Diversos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Programas Eróticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TVI	Arte e Cultura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Cultura Geral / Conhecimento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Desporto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Divertimento	0	0	0	1	0	1	2	0	1	0	1	2	1	5	0	1	1	1	1	1	1	1	5	
	Ficção	3	3	3	1	3	1	14	3	0	3	1	2	0	9	3	0	2	0	3	0	1	1	8	
	Informação	1	2	2	1	1	1	8	2	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	1	1	6	
	Juventude	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Diversos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Programas Eróticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Quadro 1.3 - Programação Televisiva de Segunda-Feira nos canais RTP1, SIC e TVI (2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013) (%)

	RTP1	SIC	TVI
Arte e Cultura	0	0	0
Cultura Geral / Conhecimento	21,6	0	0
Desporto	4,5	0	1,1
Divertimento	8	19,5	22
Ficção	13,6	53,2	54,9
Informação	50	27,3	22
Juventude	0	0	0
Diversos	2,3	0	0
Programas Eróticos	0	0	0

Quadro 1.4 - Programação Televisiva de Domingo nos canais RTP1, SIC e TVI (2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013) %

	RTP1	SIC	TVI
Arte e Cultura	0	0	0
Cultura Geral / Conhecimento	7,3	0	0
Desporto	7,3	0	3,3
Divertimento	12,2	34,4	28,3
Ficção	25,6	29,7	38,3
Informação	37,8	35,9	30
Juventude	0	0	0
Diversos	9,8	0	0
Programas Eróticos	0	0	0

Fig.1.1 – Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal RTP1 em 2003 (%)

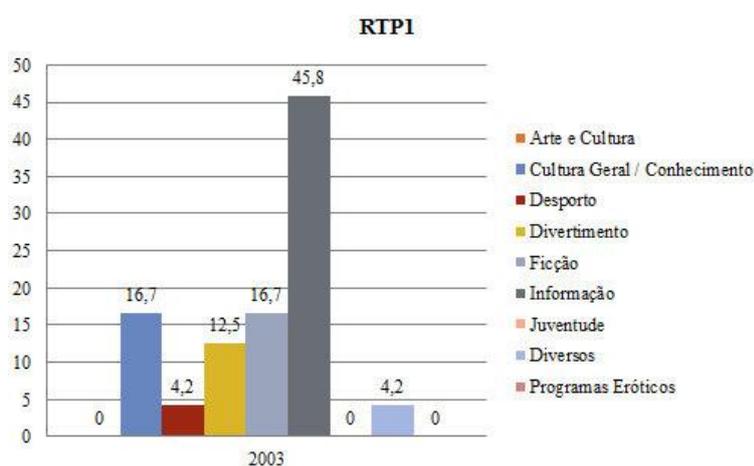


Fig. 1.2 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal RTP1 em 2005 (%)

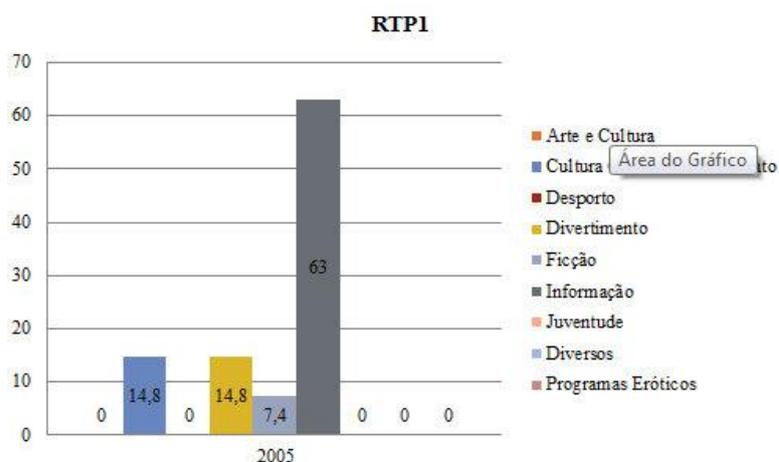


Fig. 1.3 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal RTP1 em 2007 (%)

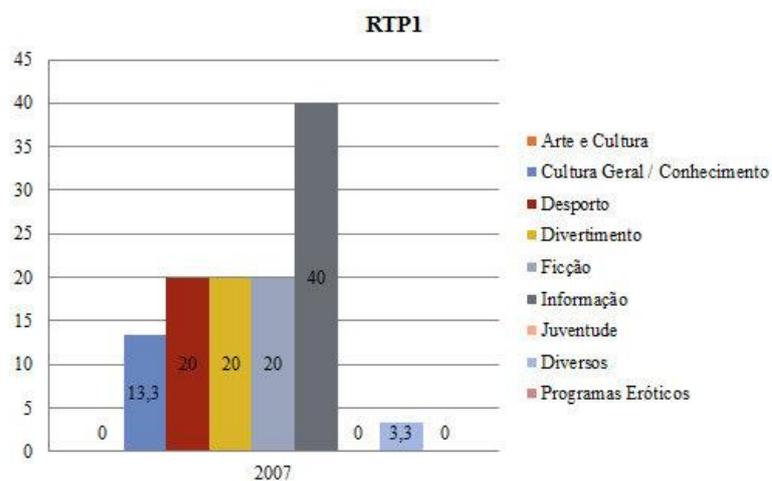


Fig. 1.4 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal RTP1 em 2009 (%)

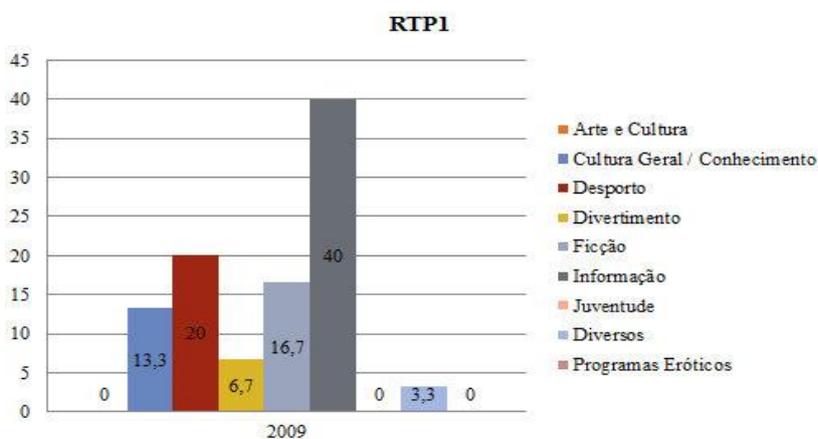


Fig.1.5 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal RTP1 em 2011 (%)

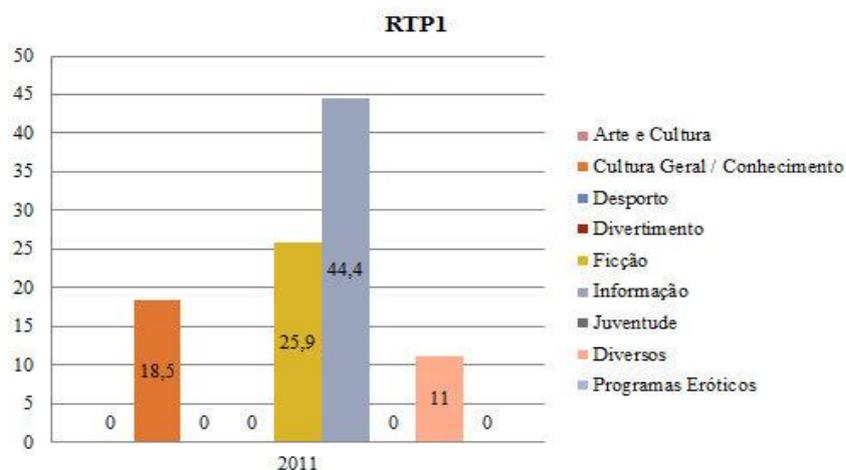


Fig. 1.6 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal RTP1 em 2013 (%)

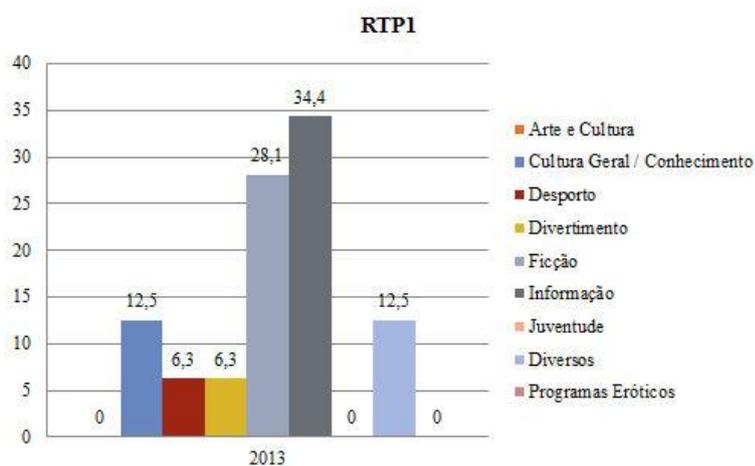


Fig. 1.7 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal SIC em 2003 (%)

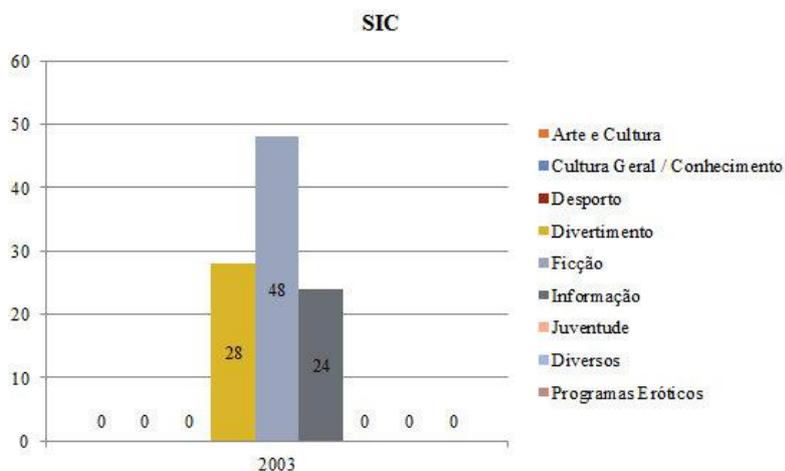


Fig. 1.8 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal SIC em 2005 (%)

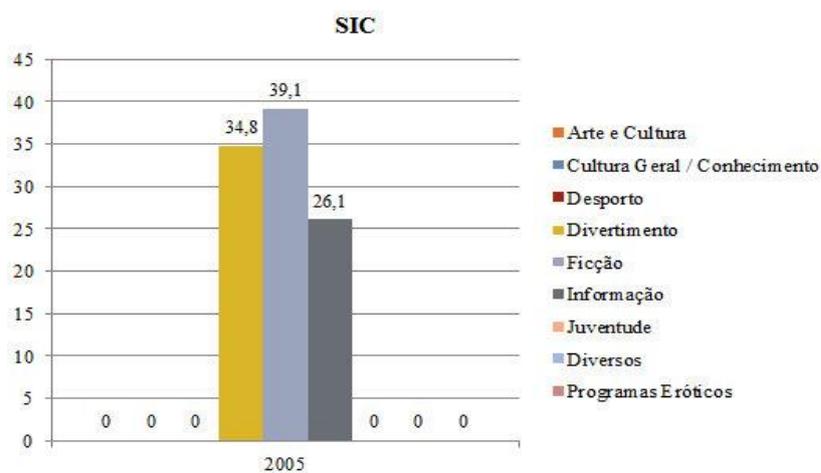


Fig. 1.9 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal SIC em 2007 (%)

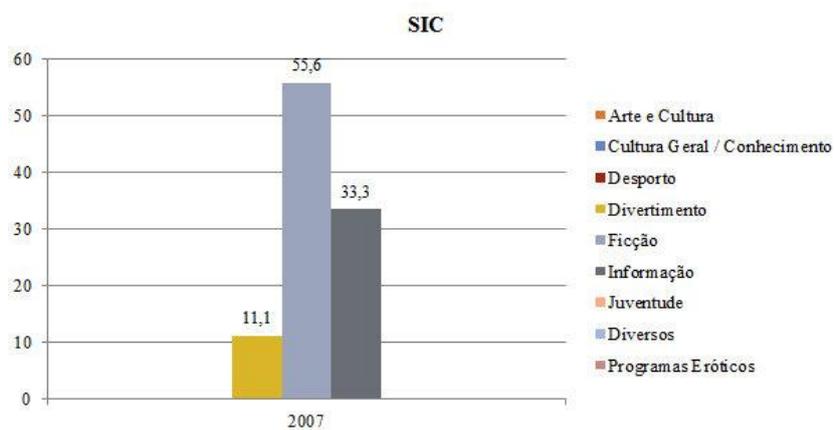


Fig. 2.1 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal SIC em 2009 (%)

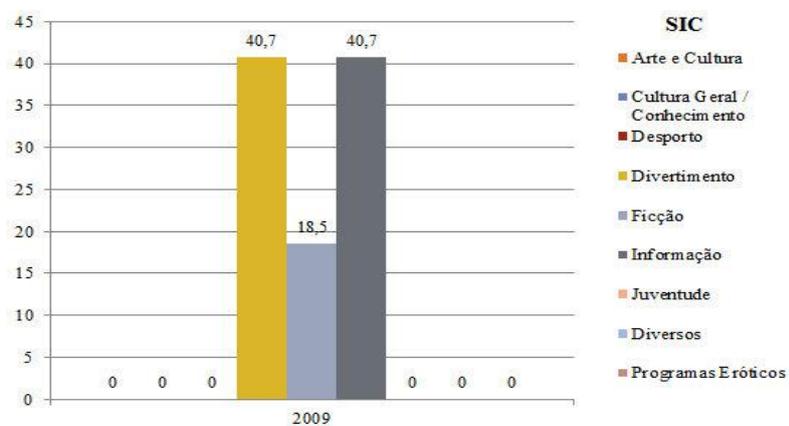


Fig. 2.2 Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal SIC em 2011 (%)

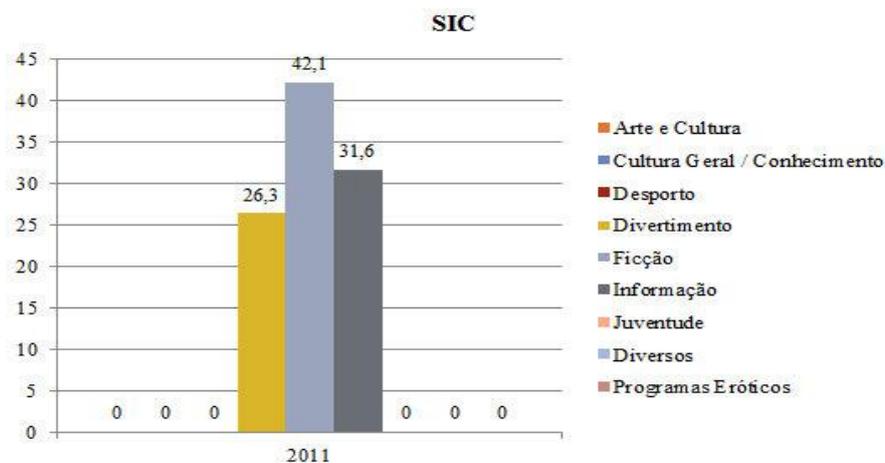


Fig. 2.3 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal SIC em 2013 (%)

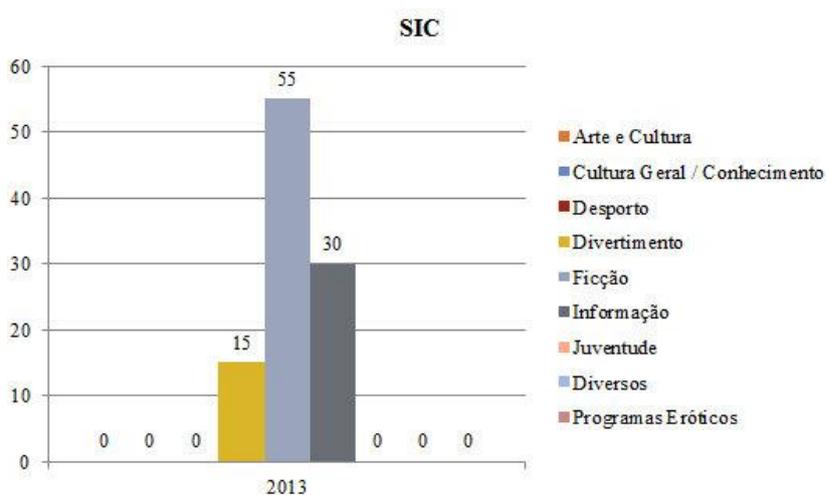


Fig. 2.4 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal TVI em 2003 (%)

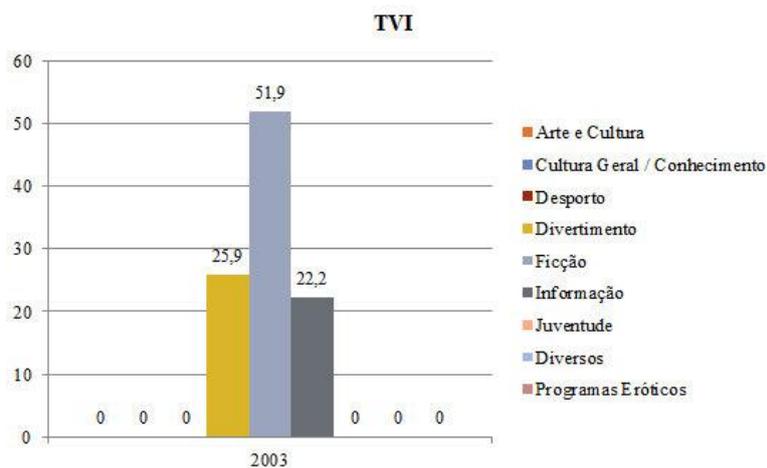


Fig. 2.5 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal TVI em 2005 (%)

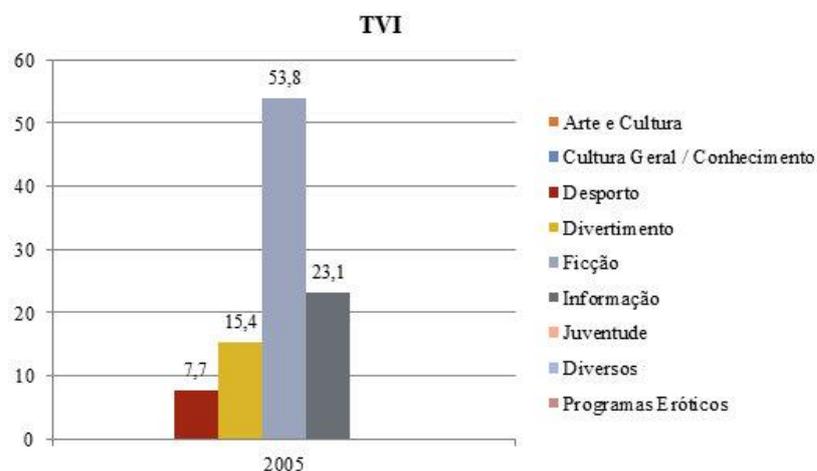


Fig. 2.6 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal TVI em 2007 (%)

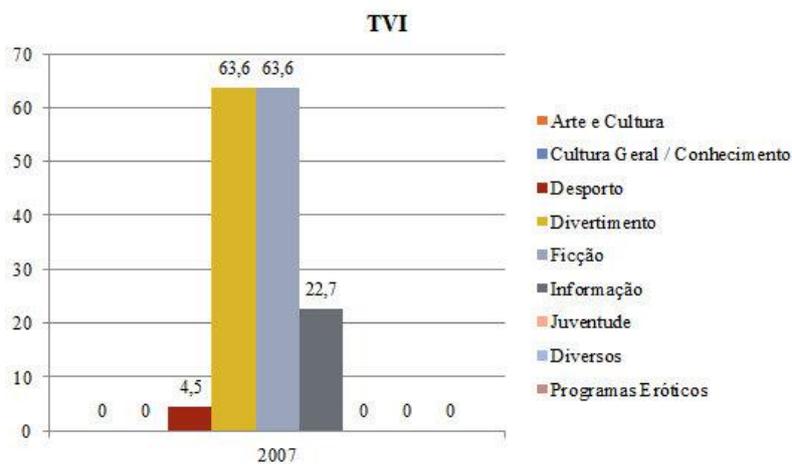


Fig. 2.7 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal TVI em 2009 (%)

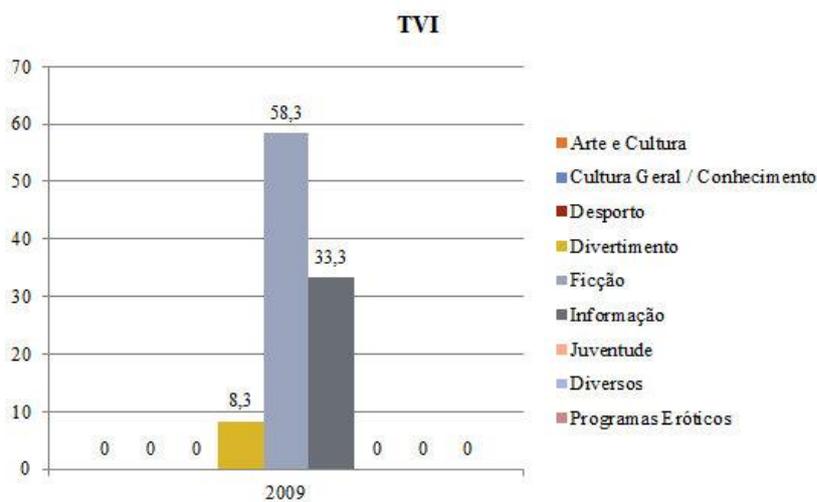


Fig. 2.8 - Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal TVI em 2011 (%)

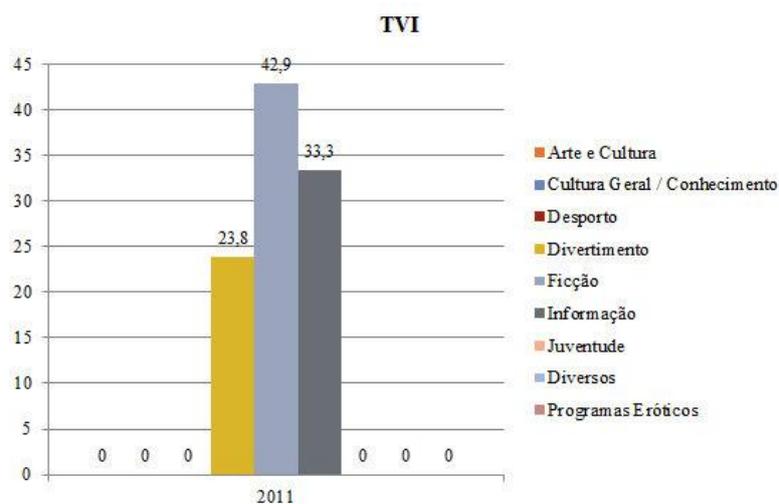
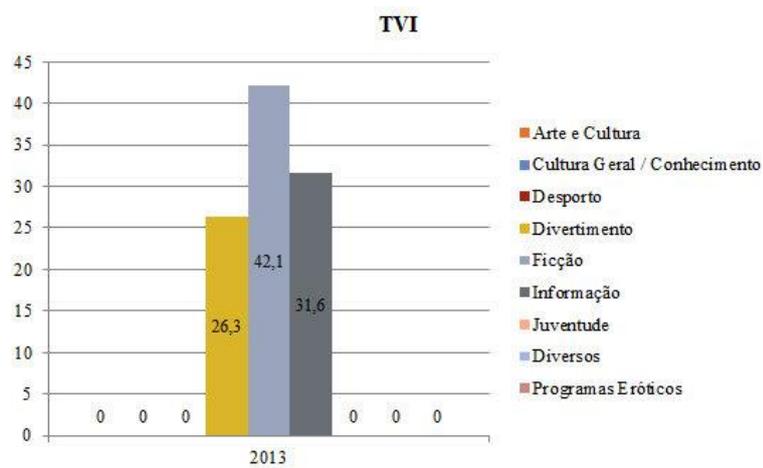


Fig. 2.9- Géneros Televisivos presentes no Prime-Time do canal TVI em 2013 (%)



ANEXO C: Guião das Entrevistas (Diretores de Programação e de Audimetria e Estudos de Mercado)

- 1) Que critérios são utilizados na construção das grelhas de programação deste canal?
- 2) Como descreve a grelha de programação deste canal?
- 3) A programação televisiva emitida no canal é elaborada de modo a satisfazer os gostos de audiências específicas?
- 4) De 2003 a 2013, quais as mudanças que considera terem sido mais significativas na grelha de programação deste canal?
- 5) Existem géneros televisivos mais privilegiados que outros no que toca à sua presença nas grelhas de programação?
- 6) Como explica o quase total desaparecimento de alguns géneros televisivos na composição da grelha de programação?
- 7) Considera existir uma preocupação crescente em incrementar certos géneros televisivos como o “Divertimento” para fazer face ao fenómeno audiências?
- 8) Na sua opinião, o surgimento dos canais temáticos por cabo está de alguma forma associado ao desaparecimento de alguns géneros televisivos na grelha de programação?
- 9) Considera que o fator público/privado relativamente ao canal exerce uma influência no tipo de programas e subsequentes géneros que compõem a grelha de programação?

Curriculum Vitae

Soraia Galamba

Informação Pessoal

Apelido(s)/Nome(s) próprios
Morada
Telemóvel
Correio eletrónico
Nacionalidade
Data de Nascimento
Sexo

Monteiro Galamba, Soraia Alexandra
Praceta Ramalho Ortigão N°3 5°F 2625-026
919124286
Soraia.m.g@hotmail.com
Portuguesa
26/12/1991
Feminino

Experiência Profissional

Datas
Função ou cargo ocupado
Principais atividades e responsabilidades

01 de Outubro de 2013 a 3 de Janeiro de 2014

Jornalista/Repórter (Estágio Curricular)

Reportagens; Realização e marcação de entrevistas; Elaboração de off's, pivôts, leads e oráculos; Legendagem; Edição de Imagem; Manuseamento do programa INEWS.

Nome e morada do empregador

TVI
Rua Mário Castelhana, n.º 40, Queluz de Baixo,
2734-502 Barcarena

Datas
Função ou cargo ocupado
Principais atividades e responsabilidades

01 de Julho de 2013 a 30 de Setembro de 2013

Administrativa (Estágio de Verão – PEJENE)

Contabilidade; Lançamento de receitas, despesas, juros e créditos; Arquivação; Atendimento e reencaminhamento de chamadas; Manuseamento dos programas de gestão Gecond e GC+; Elaboração de atas, comunicados, avisos e cartas; Serviços administrativos

Nome e morada do empregador

Grupo H24
Avenida Duque de Ávila n° 20, 2º andar
1000-141 Lisboa

Educação e Formação

Datas
Designação da qualificação atribuída
Dissertação de Mestrado

2012 – 2014

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação – Ramo de Media e Jornalismo

“A Televisão em Portugal: Um Estudo sobre Géneros televisivos nos Canais Generalistas em Perspetiva Comparada”; sob orientação do Professor José Rebelo

Principais disciplinas/competências profissionais

Gestão dos Meios de Comunicação Social; Práticas Discursivas; Desenho de Pesquisa; Publicidade, Inovação e Criatividade; Políticas Europeias para os Media; Dinâmicas Sociais da Internet; Estudos críticos em Media e Jornalismo; Geopolítica dos Media; Teorias em Media e Comunicação; Métodos de Análise Multimédia; Questões Contemporâneas da Comunicação e da Cultura.

Nome e tipo da organização de ensino ou formação

Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)

Datas

2009 – 2012

Designação da qualificação atribuída	Licenciatura em Ciência Política – Especialização em Políticas Públicas				
Projeto Final de Investigação em Ciência Política	“ Media e Participação Política Convencional ”; sob orientação dos Professores Ana Belchior e José Manuel Leite Viegas.				
Principais disciplinas/competências profissionais	<p>Área de Ciência Política: Análise de Dados Quantitativos (Descritiva, Inferencial, Multivariada e Modelos de dependência – via programa informático SPSS), Teoria Política; Introdução à Ciência Política; Instituições Políticas; Sistemas Políticos Comparados; Sistemas Eleitorais</p> <p>Área de Investigação Quantitativa e Qualitativa: Métodos e Técnicas de Investigação (Intensivos e Extensivos); Laboratórios (Pesquisa Comparativa; Indicadores e Fontes Estatísticas; Pesquisa Bibliográfica e Fontes Documentais; Ética e Profissão; Elaboração de Projetos de Investigação)</p> <p>Área de Políticas Públicas: Estado e Políticas Públicas; Metodologias de Planeamento e de Avaliação; Sociedade e Políticas Sociais; Ciência da Administração; Modernidade e Questão Social</p> <p>Área de Economia: Introdução à Economia;</p> <p>Área de Sociologia: Sociologia da Cultura</p> <p>Área de Gestão de Recursos Humanos: Gestão e Negociação de Conflitos</p> <p>Área de História e Direito: História Moderna e Contemporânea; Direito Constitucional e Administrativo</p>				
Nome e tipo da organização de ensino ou formação	Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)				
Ações de Formação, Colóquios e Conferências					
Data	19 de Fevereiro de 2013				
Tipo e Título	Conferência ISCTE-TVI: Como vai ser o Jornalismo daqui a 20 anos?!				
Temas Principais	«Como vai ser o jornalismo nos próximos 20 anos? Até sabermos a resposta, continuamos a fazer perguntas». Uma jornada de reflexão sobre o jornalismo que queremos para os próximos 20 anos, reunindo figuras de referência nacionais e internacionais.»				
Organização	Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) e TVI				
Língua Materna	Português				
Outra(s) língua(s)					
Autoavaliação					
Nível Europeu					
Inglês	Compreensão		Conversação		Escrita
	Compreensão Oral	Leitura	Interação Oral	Produção Oral	
	C1	C2	C1	C1	C1
Espanhol	Compreensão		Conversação		Escrita
	Compreensão Oral	Leitura	Interação Oral	Produção Oral	
	B1	B2	B1	B1	B1
Aptidões e Competências Sociais	Espírito de equipa e de trabalho em grupo adquirido ao longo de todo o percurso académico; Capacidade de adaptação a vários ambientes; Excelente capacidade de comunicação adquirida através de exposições orais, trabalhos de campo e experiências profissionais e académicas.				

Aptidões e Competências de Organização	Sentido de organização e resistência ao stress; Alto sentido de responsabilidade; Capacidade de resolução de conflitos e negociação adquirida pela frequência de uma disciplina académica; Excelente pontualidade, assiduidade, disponibilidade e autonomia nas tarefas desempenhadas.
Aptidões e Competências Informáticas	Domínio do Software Microsoft Office (Excel, Word, Power-Point e Outlook); SPSS; GECOND e GC+; INEWS.
Outras Aptidões e Atividades	<p>Voluntariado na Associação “Companheiros da Noite”–Bombeiros Voluntários Póvoa de Sta. Iria; Elaboração de um jornal escolar “Preto no Branco”(Escrita de crónicas e realização de entrevistas); Elaboração de um projeto de estudo “Sociedade à margem”.</p> <p>Escola de Música de Quarteira (Coro); Promotora de Eventos em “Of Produções” e “JM Team It’s Show Time”;</p>
Carta de Condução	Sim