

Faculdade de Letras

TIMELINE DO JORNAL TELEVISIVO

Estudo comparativo de Jornais Televisivos
das 20 horas na RTP, SIC e TVI

Ficha Técnica:

| | |
|-------------------------------|---|
| Tipo de trabalho | Dissertação de Mestrado |
| Título | <i>TIMELINE</i> DO JORNAL TELEVISIVO |
| Subtítulo | Estudo comparativo de Jornais Televisivos das 20 horas na RTP, SIC e TVI |
| Autor | Carlos Manuel Teixeira Antunes Lagoa |
| Orientadora | Doutora Maria Clara Moreira Taborda de Almeida Santos |
| Júri | Presidente: Doutora Isabel Maria Guerreiro Nobre Vargues Vogais: 1. Doutor Sílvio Manuel Rodrigues Correia dos Santos 2. Doutora Maria Clara Moreira Taborda de Almeida Santos |
| Identificação do Curso | 2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo |
| Área científica | Jornalismo |
| Especialidade | Jornalismo Televisivo |
| Data da defesa | 31-10-2013 |
| Classificação | 16 Valores |



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Dedicatória

*À Cristina
pela força de viver*

*Às minhas filhas
Raquel, Sara e Laura por serem o que sonhei
(desejando que sejam o que sonharam)*

À minha mãe pela terna paciência

ÍNDICE

1 – INTRODUÇÃO

- 1.1 - “O País e o Mundo”, “Juntos, Criamos notícia” n“Uma televisão feita por si” 7
- 1.2 - De tragédia grega a um novo ato litúrgico 8
- 1.3 - Enquadramento histórico das investigações na área dos estudos nas Ciências Sociais 10
- 1.4 - Enquadramento histórico das Teorias no estudo das *Audiências* e dos Públicos 11

2 - QUADRO TEÓRICO

- 2.1 - A importância dada à informação televisiva 14
- 2.2 - “Procura-se ... audiências”
A dependência das *audiências* no panorama televisivo 16
- 2.3 - A Informação que entretém e o entretenimento que informa 18
- 2.4 - O insólito elevado à categoria de notícia 21
- 2.5 - O que é a imagem? 23
- 2.6 - A importância da imagem 24
- 2.7 - “Se há imagens, há história. Se não, esquece!” 25
- 2.8 - Constrangimentos da atividade jornalística; as pressões, a autocensura e a crise económica 28
- 2.9 - “Peça boa é a que está no ar!” 33
- 2.10 - A importância da informação para a antena
Ou a criação da identidade do próprio canal 34
- 2.11 - Os “atores” intervenientes nas notícias
O herói, o mito, a celebridade e os outros..... 36
- 2.12 - O que é e como funciona o sistema de audimetria 40

3 - O TEMA DO ESTUDO

- 3.1 - Breve Historial dos três canais generalistas e respetivos Jornais Televisivos 43
- 3.2 - O Jornal Televisivo – breve caracterização 49

| | |
|---|-----------|
| 3.3 - JT - local de eleição para quem quer dominar o espaço público | 50 |
| 3.4 - O objeto de estudo - O Jornal Televisivo das 20h nos três canais generalistas | 51 |
| 3.5 - Estruturas envolvidas diretamente na produção do Jornal Televisivo | 52 |
| 3.6 – A Longa-metragem dos Jornais Televisivos em Portugal | 55 |
| 4 – ESTUDO DE CASO | |
| 4.1 - <i>Corpus</i> da análise | 57 |
| 4.2 - Objetivo da análise | 57 |
| 4.3 - Método de análise | 58 |
| 4.4 - As variáveis em detalhe | 59 |
| 4.5 - O que vemos realmente quando vemos um Jornal Televisivo? Análise quantitativa dos dados recolhidos no Estudo de Caso | 63 |
| Quadros e Gráficos | |
| 4.5.1 – Géneros jornalísticos televisivos..... | 63 |
| 4.5.2 – A duração dos Jornais Televisivos | 68 |
| 4.5.3 – Categorias temáticas | 73 |
| 4.5.4 – Os “atores” intervenientes nas Notícias | 81 |
| 4.5.5 - Os “atores” Institucionais | 85 |
| 4.5.6 - Os “atores” desportivos | 87 |
| 4.5.7 - Todos iguais todos diferentes - A homogeneidade nos Jornais Televisivos | 88 |
| 4.5.8 - O Âmbito Geográfico das Notícias | 89 |
| 4.5.9 - A temática da crise | 92 |
| 4.5.10 - A Lógica do Intervalo | 93 |
| ALGUMAS CONCLUSÕES - O Jornal Televisivo como Fábrica de Notícias | 99 |
| ANEXO - Gráficos e Quadros | 103 |
| Índice de Gráficos e Quadros | 127 |
| Bibliografia | 130 |

Um agradecimento ...

A todos os que estão por perto (mesmo os que partiram).

Ao Ricardo, ao Victor e ao Quim por terem espaço nas suas vidas!

À Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, com um destaque para o Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação, pela oportunidade que me deram de renovar o prazer que é regressar aos meios académicos.

Ao Prof. Doutor Carlos Camponez, como Diretor do Curso de 2º ciclo em Comunicação e Jornalismo e ao restante corpo docente pela disponibilidade e dedicação especialmente em momentos em que a minha vida profissional não facilitava.

À minha orientadora, Professora Doutora Clara Almeida Santos, pela paciência, pertinência e pragmatismo na sua orientação.

Pretendo também dirigir um reconhecimento especial ao Prof. Doutor Abílio Hernandez Cardoso, meu docente na disciplina de “Cinema e outras Artes” pelo prazer que foi voltar à “Escola do Cinema”, a minha primeira paixão que mesmo a televisão (com quem vivo agora) não conseguiu apagar.

Por fim ...

... às “coisas” que nos rodeiam e ao seu estilo também são determinantes:

Às noites por adormecerem a cidade (para que os pensamentos de alguns não atrapalhem)

À música que substituía a noite (na sua missão)

Aos que me incentivavam a desistir (pela força que me deram)

Ao Luís Louro, ao Manel e ao outro Luís por estarem sempre por aí!

À família, amigos e colegas que diariamente nos questionam e se deixam questionar.

E por fim um renovado agradecimento às cinco mulheres a quem dediquei este trabalho;

à Cristina, à Raquel, à Sara, à Laura e à minha mãe, simplesmente por serem quem são.

Um pensamento ...

“De alguma coisa me hão-de valer as cicatrizes de defensor incansável do amor, da verdade e da liberdade, a tríade bendita que justifica a passagem de qualquer homem por este mundo”

Miguel Torga (Diário XVI – Coimbra, 9 de Dezembro de 1993)

“A verdade de outra pessoa não está no que ela te revela, mas naquilo que não pode revelar-te. Portanto, se quiseres compreendê-la, não escutes o que ela diz, mas antes, o que ela não diz.”

Khalil Gibran

- Resumo:

No início do séc. XXI, a televisão ainda é o mais poderoso e discutido meio de comunicação social nas sociedades modernas. Quer na sua componente formativa, informativa, de entretenimento ou, seguindo o seu próprio modelo – o *infotainment* (*infotainment*), ela continua a marcar os nossos dias. Os Jornais Televisivos ainda são o principal *plateau* para os “atores” que pretendam dominar o espaço público. Este trabalho visa precisamente analisar a estrutura formal que suporta os Jornais Televisivos das 20 horas nos três canais generalistas portugueses. Pretende-se perceber o que os distingue, onde se assemelham e que estratégias desenvolvem para criar uma imagem diferenciadora na área audiovisual, ou pelo contrário, que técnicas miméticas utilizam os próprios canais na construção dos seus Jornais Televisivos.

Palavras-chave: Televisão, Jornais Televisivos, Informação, Análise dos *Media*, *Infotainment*

- Abstract

At the beginning of the 21st century, television is still the most powerful and discussed mass *medium* in modern societies. As far as its formative, informative and entertainment role is concerned or, following its own model – the *infotainment* - television is still playing an important role in our daily lives. The television news shows are still the main *plateau* for the “actors” who wish to dominate the public sphere. The aim of this essay is to analyse the formal structure which supports the television news prime time in the three Portuguese mainstream channels. It will focus on their distinguishing features, their similarities and which strategies they have developed to create an outstanding image in the audiovisual domain, or by contrast, which mimetic techniques have been used by the channels to build their television news.

Keywords: Television, Newscast, News, *Media Analysis*, *Infotainment*

1 - INTRODUÇÃO

1.1 - “O País e o Mundo”, “Juntos, Criamos notícia” n“Uma televisão feita por si”

Apesar do avanço da internet e da multiplicidade de janelas sobre o universo, a TV continua a ser um “parapeito” privilegiado, para quem quer dominar, ser visto ou simplesmente observar o que se passa no espaço público. É por esta razão que continua a ser importante debruçarmo-nos sobre ela e tentarmos conhecer melhor a “máquina” responsável pela produção dos Jornais Televisivos (JT), analisar os constrangimentos inerentes a esta atividade e perceber que mecanismos utilizam para (re) produzir o real. Por fim, em nome de quem elaboram a sua agenda e que objetivos procuram. Conjunto de questões já evidenciadas por Pierre Bourdieu quando alerta para as permanentes censuras, ou autocensuras políticas, económicas e sociais que tornam, em particular a televisão num “instrumento de conservação da ordem simbólica”, agravado por “mecanismos invisíveis” que atuam sem escrutínio (Bourdieu, 1997).

Muito discutida e criticada, é porém, inegável a importância da informação televisiva nas sociedades contemporâneas. O papel que esta informação desempenha atualmente justifica os variadíssimos estudos efetuados. Os altos *índices de audiência* obtidos diariamente pelos JT's, colocando-os sempre no lote dos 10 programas mais vistos do dia, confere-lhes uma importância indiscutível. Segundo dados recolhidos em 2006 por Gustavo Cardoso para um estudo¹, os noticiários conquistavam uma quota de 50% na lista dos programas preferidos pelos portugueses, e mais de 85% prefere a emissão noticiosa televisiva para seguir os acontecimentos no país (Silveira, Cardoso e Belo, 2010).

Apesar do peso excessivo do entretenimento na programação televisiva², em detrimento da sua componente formativa e informativa, a informação continua a dominar as agendas dos decisores e a condicionar a orientação da opinião pública. Sobre a opinião pública e a sua formação, Habermas considera mesmo que o atual espaço público mediatizado tem todas as condições para ser o local de eleição onde se pode verificar a discussão e racionalização do diálogo entre o poder e os cidadãos, sendo este espaço mediático o local ideal onde “o discurso dos *media* surge para organizar a experiência do aleatório e conferir-lhe racionalidade” (Thompson *apud* Brandão, 2005: 40). Por que tal espaço privilegiado não é utilizado para uma

¹ Estudo referido no livro “*Telejornais no Início do Século XXI*” de Joel Frederico da SILVEIRA; Gustavo Cardoso e António Belo, (2010). Lisboa: Edições Colibri / Instituto Politécnico de Lisboa.

² Segundo dados da GFK/CAEM, no top dos 40 programas mais vistos no 1º semestre de 2013, só estão 2 programas de informação (em 16º o *Jornal das 8* da TVI – ao domingo com Marcelo Rebelo de Sousa ao comentar o “quente” momento político e em 32º o *Jornal da Noite* da SIC de 20 de janeiro de 2013 – no rescaldo do temporal que se abatera em Portugal). Ver quadro nº 1 na página 104

profícua e sua discussão do que nos rodeia, continua a ser uma incógnita. Numa pulsão contrária parecem contribuir dois fatores fundamentais: o uso que as *audiências* fazem do meio televisão, num sentido mais de entretenimento, e como consequência um mercado aberto entre empresas de comunicação social que disputam a *audiência*.

Apesar de visões mais ou menos catastrofistas o facto é que, como refere Balle, “o destino dos *media* apenas depende do uso que os homens farão deles, em função dos seus desejos, necessidades ou crenças (Balle *apud* Brandão, 2005: 33).

Já que “Juntos, Criamos notícia” (slogan do Jornal das 8 da TVI), vamos em detalhe, analisar este processo “criativo”. Olhar em pormenor “Uma televisão feita por si” (slogan do Telejornal da RTP1), para saber o que realmente se passa sobre “O País e o Mundo” (frase utilizada pelo pivot Rodrigo Guedes de Carvalho no encerramento do “Jornal da Noite” da SIC).

1.2 - De tragédia grega a um novo ato litúrgico

Juntando pessoas em volta de imagens, tal como em ancestrais rituais, a televisão oferece às “massas” momentos de encanto, gratificando assim a sua dedicação e devoção. Neste contexto poderemos considerar que toda a programação e especialmente os *Jornais Televisivos* surgem como novos momentos litúrgicos. Quando a televisão se começa a afirmar, depois da segunda guerra mundial, é vista inicialmente como um meio que se limitaria a juntar a imagem à rádio. Na realidade estávamos perante o despontar de algo inteiramente novo, porventura perante o emergir do mais poderoso e eficaz meio de comunicação de *massas* do séc. XX – a televisão.

Apesar de novo, este meio incorpora técnicas de representação com milénios de existência. Ferrés equipara mesmo o espetáculo audiovisual produzido pela televisão à tragédia grega, afirmando que oferece ao espectador “uma imitação (mimesis) de uma ação e, mediante a compaixão (éleos) e o temor (fogos), produz-se nele a purificação (catarsis) das suas emoções” (Ferrés *apud* Brandão, 2005: 134). Talvez esta simples comparação encerre parte da explicação para a devoção das *audiências* televisivas. Nas últimas décadas, estas técnicas têm sido progressivamente cada vez mais utilizadas, contaminando fortemente o, até então imune, espaço informativo. Espaço que na génese não sendo claramente de pendor educacional, potenciador ou criador de um espaço público, sobretudo na realidade europeia, ainda assim continha alguma “pureza” na perspetiva que formalmente a pedagogia formativa se encontrava no cerne da comunicação informativa em televisão, que em última análise tornaria o Homem mais livre ao dar-lhe acesso a múltiplas realidades.

O paralelismo com a religião é mais do que uma recorrente e estafada metáfora. A forma como os públicos (*audiências*) se relacionam com a TV é idêntica à forma como, em tempos ancestrais, se relacionaram com a religião. Num fenómeno idêntico ao manifestado num ato de fé; quando não conseguiam discutir (compreender), por falta de experiência, conhecimento ou simples capacidade argumentativa, atribuíam a essa “coisa” uma força que na realidade ela não tinha. Da mesma forma a *audiência* entrega-se à televisão, num processo quase a nível subliminar. Nasce assim o princípio da “fé” (no que vemos na televisão). Esta dupla capacidade que a televisão possui, de alienar e unir as pessoas em torno de algo que ela própria impõe, é a sua mais marcante característica. Ao propor uma agenda comum à sua fiel audiência, a TV cria um forte laço de união, como refere Nuno Goulart Brandão, “a televisão é um dos mais importantes elos sociais nas sociedades modernas e afigura-se como a principal atividade desenvolvida em comum por todas as classes sociais e grupos etários” (Brandão, 2005: 49).

Valorizando opiniões ou esquecendo factos, ela controla o que pensamos. Utilizando princípios dogmáticos, idênticos aos utilizados pelas religiões ao longo dos tempos, desta feita através do seu poderio tecnológico, evidenciado na força das imagens como provas vivas de “milagres” diários. Tal como a igreja, também a TV promete a “salvação eterna” a quem nela confiar e se tornar um fiel seguidor. Não será difícil olharmos para o atual pivô de informação e pensar nas semelhanças com um qualquer pároco num púlpito de igreja durante a sua missa, cenograficamente bem enquadrado, também ele visando estabelecer uma identificação com os fiéis através de palavras, gestos e imagens.

As técnicas de fidelização das *audiências* vêm sendo apuradas ao longo dos anos, quer na religião quer na televisão, a sua similitude radica no facto de apelarem essencialmente ao lado emotivo dos seus “seguidores”. Até a viabilidade dos seus projetos é idêntica destacando-se a forte dependência de “fiéis”/telespectadores (para a angariação de donativos ou de publicidade). Apesar destes pontos de contacto, temos que concluir que a televisão é hoje, fruto de várias mutações, mais do que uma recriação moderna de uma tragédia grega ou uma sofisticada missa contemporânea, é um novo meio que se converteu, como defende La Ferla, “na grande rutura das artes visuais pelas especificidades tecnológicas próprias, pelas potencialidades de discurso que oferecia, pelas suas particularidades de consumo e pelo impacto e preferência que viria a ter na sua relação com as massas cidadinas” (La Ferla, *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 50).

1.3 - Enquadramento histórico das investigações na área dos estudos nas Ciências Sociais

Há décadas que investigadores da área da comunicação incidiram os seus estudos no sentido de perceber o nível de influência dos *media* sobre os seus públicos. Mais ou menos sólidas estas teorias sucediam-se no tempo. As primeiras incidiam sobre os meios de comunicação e admitiam como direto o efeito da mensagem sobre o indivíduo, acreditando que os meios possuíam uma forte capacidade de persuasão e influenciavam um público que ao receber uma mensagem, a entendia, processava e armazenava de igual forma que a restante *audiência*. Ficava assim “provada”, na altura a relação entre um determinado estímulo e a correspondente resposta. Surge assim a teoria hipodérmica no “período das duas guerras mundiais e com a difusão em larga escala das comunicações de massa”, lembra Mauro Wolf. O autor, no entanto, refere que esta se limita a tentar perceber “que efeito têm os *mass media* numa sociedade de massa?” (Wolf, 2006: 22-23).

Nos anos 30 e 40 (com maior incidência na fase do pós-guerra) surge uma série de investigações sem um *corpus* epistemológico definido mas que no entanto enriquecem o panorama, com novas reflexões baseadas em dados que resultam de um aumento da produção televisiva, precisamente a área onde incide o presente trabalho. Estes avanços vão-se sedimentando e constituindo numa base sólida de partida para estudos de outra dimensão. A concorrência entre escolas e investigadores vai apurando técnicas e métodos. Mesmo o “confronto” entre teorias contraditórias acrescentou novas perspetivas de estudo aparentemente inconciliáveis mas que acabaram por alargar os horizontes da investigação nas áreas sociais. Passaram a ser consideradas novas variáveis como a qualidade e a quantidade, assim como a implementação de métodos experimentais a par de investigações de base mais teórica. O empirismo sociológico passa a dominar a área da investigação e começa a utilizar-se a sondagem como instrumento de auscultação das *audiências*.

A escola de Chicago com Talcott Parsons por um lado e a Universidade de Columbia com Lazarsfeld por outro conseguem mais alguns avanços. A estes nomes juntam-se Berelson e Gaudet que consideram novos critérios no que respeita ao estudo dos efeitos diretos dos *mass media*. As “elites” e os líderes de opinião começam a ser considerados quando se analisam os fatores que influenciam as atitudes e a tomada de decisões por parte das *audiências*. Como resultado começa a questionar-se a eficácia dos meios isoladamente e inclui-se a análise de outras circunstâncias que suportem os seus resultados. Surge aqui a *teoria da comunicação* a dois níveis (*two steps flow*). São feitos estudos numa dimensão temporal mais alargada

permitindo desta forma estabelecer algumas hipóteses sobre as alterações observáveis ao longo do tempo. Constatam-se diferentes efeitos dependendo da duração verificada. Já em 1948 Lasswell enunciava três funções da comunicação de *massas*; 1) fornecer informações; 2) fazer interpretações que tornem significativas e coerentes as informações; 3) exprimir os valores culturais e simbólicos próprios da identidade e da continuidade sociais. Wright acrescentará a estas três funções principais uma quarta - a de entreter o espectador. Já há décadas que se fazem estudos sobre a *audiência*, com o intuito de perceber que “mecanismos” são ativados, para que determinados programas e formas de comunicação, despertem mais ou menos interesse no público. Alarga-se o leque de variáveis como a idade, nível de instrução, género, etc., por outro lado passam a considerar-se fatores intrínsecos da mensagem como a credibilidade da fonte, a ordem de argumentação e a variedade de argumentos.

Os estudos sobre o consumo de *media* começam a incluir a análise de conteúdos de programas, e dos motivos ou gratificações que a *audiência* recebe em função da sua exposição a determinado conteúdo relativamente a outro.

1.4 - Enquadramento histórico das Teorias no estudo das *Audiências* e dos Públicos

Audiência é o conjunto de pessoas que se expõe a um meio ou conteúdo. A corrente francesa, com Roland Barthes (1980) e mais recentemente com o próprio Pierre Bourdieu (1997), entende *Audiência* na sua dimensão quantitativa, vocacionada para perspetivas comerciais ligadas diretamente aos campos de audimetria (nomeadamente na área da televisão). Quando a abordagem é qualitativa, de cariz mais teórico e de maior profundidade, utiliza-se o termo “público”. O termo “*audience*” utilizado em Inglaterra e nos Estados Unidos engloba os dois conceitos. Com o cinema e mais tarde com a televisão, por volta dos anos 30 do séc. XX, surge a palavra “massa”, para designar algo supostamente da mesma grandeza, porém é sempre utilizado com um sentido pejorativo. Acaba por designar um conjunto de pessoas alienadas, manipuladas e de certa forma amorfas, com pouca ou nenhuma ligação entre si. Por oposição o termo *Audiência* refere-se a um grupo de pessoas ligado por laços socioculturais estáveis, o que interessa é a consciência duma interação.

Existem diversas designações dependendo do meio envolvido; sendo assim temos a *audiência* na televisão, o público no teatro, o espectador no cinema, o leitor na literatura e imprensa escrita, o ouvinte na rádio, e o utilizador na internet. Os vários “produtos mediáticos” são construídos tendo em vista a quem se destinam. Quando a televisão interpela diretamente

um recetor, dizendo-lhe que ele é único e esta é a sua mensagem, ela não faz mais do que o seu “jogo” preferido – o da manipulação. O “eu” não existe em televisão, quanto muito o “nós” e cada vez mais o “outros”. É importante esta ideia para reposicionarmos e repensarmos a real força da *audiência* na configuração do atual espaço mediático. Se os espetadores comessem a ver cinema exclusivamente em casa e os telespetadores (por absurdo) só assistissem a programas de televisão em direto numa sala, aí sim veríamos a verdadeira “força” das *audiências* e a profunda alteração dos conteúdos para se ajustarem aos “novos públicos” e respetivos contextos de receção.

Neste trabalho, abandona-se a perspetiva comercial que pretende apenas monitorizar com vista a implementar novas estratégias que orientem comportamentos. Tal perspetiva é válida para os operadores, mas dispensável para quem pretende estudar a *audiência*, especialmente os seus hábitos de consumo de informação televisiva.

É um dado assente que quem vê Televisão se expõe a uma visão parcelar e seletiva da realidade, e isso vai afetar a sua perceção, crença e valores e conseqüentemente vai condicionar a sua atitude social. Neste contexto realizaram-se vários estudos de análise de conteúdo. O que se pretendia avaliar era até que ponto o consumo de conteúdos televisivos alterava o comportamento da *audiência*. Se o tipo de ideias e conceções adquiridas em função da excessiva exposição à Televisão, nomeadamente em relação ao visionamento de imagens de violência ou consumos de risco (álcool, tabaco e drogas), induziriam uma alteração de comportamento. Partindo da noção de que o visionamento de TV tende a substituir a experiência social, nestes estudos não se provou o aumento da violência, ou um incremento no consumo das referidas substâncias, unicamente foram detetadas reações adversas mais acentuadas perante estas imagens, por parte das *audiências*. Verificou-se que o seu posicionamento se tinha alterado, defendendo agora políticas mais duras de combate à violência e à venda destas substâncias. Com estudos deste teor concluiu-se que a relação entre a exposição e o comportamento é complexa, que existe uma multiplicidade de fatores e não é tão evidente uma relação de causa/efeito. Na grande agitação e discussão provocadas pelos diversos estudos na área das ciências sociais, uma certeza persiste – o insaciável e crescente consumo de *media*. Quanto às interrogações, também não se alteraram profundamente e basicamente continua-se a tentar perceber porquê e para quê um tão grande número de pessoas se submete a tão elevados níveis de *media* e o que fazem com esse consumo? Por fim procura-se descobrir o que está na génese da alteração de comportamentos. Perceber como o meio e a tecnologia interferem neste processo, como por exemplo na abordagem construtivista que evolui a partir de Stuart Hall.

Mais tarde Morley segue um caminho diferente devolvendo à *audiência* a capacidade de como “atores” poderem determinar as suas opções.

Na década de 1970 é retomada a ideia de que os *media* produzem efeitos fortes mas em termos de definição de *agenda* ao definirem aquilo que se deve discutir em público (*agenda setting*), ou seja, condicionam impondo os temas para debate, ainda que não criem uma forma de pensamento. “Em que pensar” mais do que “como pensar”. É pois um dado incontestável, a ideia de que os *media* influenciam as *audiências* num determinado sentido, justificando-se assim as múltiplas abordagens para estudar este fenómeno.

2 - QUADRO TEÓRICO

2.1 - A importância dada à informação televisiva

É comumente aceite como exagerada a importância que se dá ao que “passa” na televisão, nomeadamente nos blocos noticiosos. Essa informação é absorvida pela *audiência*, como já referimos anteriormente, numa atitude muito passiva. No próprio instante da receção parece que são desativados todos os sistemas de controlo quando precisamente deveriam estar ativados na sua máxima força. Ativação necessária para auxílio no obrigatório exercício de contextualizar, enquadrar, relativizar, elaborar ou observar o contraditório, em suma questionar se aquela “verdade” aporta os ingredientes suficientes capazes de lhe conferir o grau de novidade, característica necessária do que se considera ser uma notícia. Como já se referiu, o grande consumo de televisão, continua a surpreender estudiosos da área, até porque como defende Rui Cádima, a “caixa que mudou o mundo” é hoje “uma máquina produtora de redundância, isto é, recicla continuamente no seu dispositivo e organiza no seu fluxo discursivo um novo espaço-tempo, uma visão do mundo generalista e compósita. Como se tratasse de uma grande estrutura narrativa que faz circular em torno de esquemas invariantes um fluxo contínuo e homogéneo de programas” (Cádima, 1996). A sensação do “dejá vu” é realmente constante. Se não é o conteúdo é a forma, se não é a forma é o tema, existirá sempre algum elemento que remete para uma imagem pré-existente que se revê com renovado “ar de espanto”.

Então porque se volta a “ver” e a se surpreender com uma realidade que diariamente se repete embora travestida de novidade? A resposta encontra-se na simples constatação de que o ser humano tem uma necessidade vital de estar informado, de conhecer o que o rodeia. Como “animal de hábitos” fica evidente a razão da revisitação diária dos locais e rotinas que caracterizam a sua vida. Mas porquê a televisão, porquê o Jornal Televisivo (JT), quais as razões para que o elejam no cumprimento dessa tarefa, especialmente nas sociedades ocidentais e particularmente em Portugal?

É importante conhecer os pontos fortes e fracos que caracterizam este produto informativo. Estudar o seu processo de produção, discutir a forma como mostra, explica, teoriza e interpreta a realidade, e a um segundo nível; porque mostra ou esconde, lembra ou esquece, destaca ou secundariza, aquilo a que chama realidade e que mais não é senão a tentativa de tomar o controlo do disputado espaço público.

Com o advento da internet alterou-se radicalmente o paradigma comunicacional mundial e conseqüentemente também o modelo português. A atual crise económica só veio acelerar as debilidades dum sistema que tenta reencontrar o equilíbrio que lhe permita subsistir

neste quadro de grande pressão concorrencial, política, social e económica. A concentração dos grupos de comunicação social e a indefinição da permanente alteração tecnológica são os últimos factores de perturbação no setor. Em Portugal e diretamente na área da informação televisiva, surge outro tipo de problemas; cíclicas tentativas de controlo por parte do poder político, suspeita de manipulação, diminuição das receitas dos operadores (o que dificulta a viabilidade económica dos grupos), a formação dos profissionais, a precarização dos jornalistas e a concorrência, especialmente com as novas plataformas. Noutras áreas da comunicação social os problemas ganham novas dimensões, como diz José Manuel Fernandes (2011), a atividade jornalística como profissão, implica variadíssimos riscos. Um deles, bem decisivo é a pré-falência do modelo de negócios alavancada pelo advento da internet. Essa quebra de receitas ameaça não só a qualidade das notícias, mas os próprios postos de trabalho dos jornalistas assim sujeitos ainda a maior pressão. O autor refere o caso do “*New York Times* [que] passou de mais de 1400 jornalistas para menos de 1000” nos primeiros anos deste século e que na “primeira década a imprensa norte-americana perdeu 92% de receita gerada pelos anúncios classificados” (Fernandes, 2011: 16). Neste campo levanta-se ainda uma nova questão, ao estar a concorrer diretamente com áreas tecnológicas onde a imagem é primordial as revoluções no setor alteraram profundamente a noção do espaço e do tempo na esfera social. A era da informação digital transformou o relacionamento entre pessoas, mas também os ritmos de trabalho de jornalistas, particularmente em televisão. Este imediatismo de uma comunicação global e instantânea transforma o presente num tempo único. O próprio direto televisivo é um sintoma de uma ditadura do “agora”. “O homem-presente é um homem sem ponto de vista, tornando-se apenas imediato e privado de distância simbólica entre o seu ser e o mundo como se temesse ser arrancado do mundo pela violência do tempo” (Laidi *apud* Brandão, 2005: 93). Atualmente a par da pressão do direto, a televisão sente-se igualmente vulnerável pela crescente dependência de imagens especialmente no confronto com meios onde estas imperam por si só. Esta forma de elaborar notícias altera o processo por onde normalmente passa a informação, condicionando a sua produção, chega mesmo por vezes, a manipular o resultado final. Tudo se orienta no sentido de “sobreviver” nesta corrente tumultuosa provocada pela compressão das margens, de um lado o imediatismo e do outro o apelo à emoção. Objetivamente “hoje vemos estabelecida uma «cultura do instante» em que, num dado acontecimento, interessa mais o que ele possa gerar de espetacular ou dramático do que o seu sentido” (Brandão, 2005: 15).

Aliás, tenta-se mesmo ir mais longe, quando se considera o próprio tempo, especialmente em televisão, como um critério de noticiabilidade em si. Sendo a notícia encarada

pela estrutura como um “bem altamente perecível”, o imediatismo surge desta forma “como medida de combate à deterioração do valor da informação” (Traquina, 2002: 149).

Respondem os responsáveis dos grandes grupos de comunicação com a teoria de que pretendem estar mais próximo das pessoas. O facto é que a informação televisiva está a tornar-se cada vez mais emotiva, menos racional, recorrendo constantemente ao *vox populi*, ao direto, ao *live on tape* (falso direto), às imagens não editadas assim como a outras provenientes de equipamentos móveis e outros dispositivos não vocacionados para a produção de informação televisiva. Neste sentido é importante revisitarmos as preocupações de Thomas de Zengotita ao constatar que “as tecnologias de representação colonizaram a nossa mente (...) na medida em que os nossos pensamentos já não divagam por si só, alimentados apenas de materiais retirados da experiência direta. (...) Seguem ao invés, fluxos de representações, e nessa medida e só nela, já não pensamos os nossos pensamentos (...) contudo, devido a uma dialética da mediatização que neste momento se tornou familiar, a colonização da mente por meio da representação deu origem a egos mais conscientes de si e mais autónomos” (Zengotita, 2005: 218). Concordando com a ideia, só questiono a que escala se deu essa tomada de consciência? Quanto a mim circunscrever-se-á a pequenos nichos de reduzida expressão. Quando se aplicar a um contexto de larga escala, então sim, estaremos perante uma nova realidade!

2.2 - “Procura-se ... audiências”

A dependência das audiências no panorama televisivo

Desde que se fazem medições de audimetria em Portugal que as manhãs de qualquer diretor, coordenador ou jornalista de televisão têm um momento de grande tensão - quando recebe o resultado do “índice de audiências” da véspera. Olha-se para as tabelas, vê-se o que correu bem e que estratégia é que não funcionou como o esperado. Este conhecimento acumulado de anos ajuda a guiar mentes e departamentos, que se dedicam a conceber “produtos” que de certa forma corrijam comportamentos tendentes a triunfar da próxima vez, em termos práticos quase sempre significa - simplificar ou “aligeirar” o resultado final. Aqui revela-se a conclusão de Bourdieu quando defende que a concorrência leva a que as histórias sejam niveladas por um mínimo denominador comum, aquilo a que Bourdieu chama de “*Omnibus*”. Factos que “não chocam, (...) não dividem, que fazem consenso, que interessam a toda a gente, mas de uma maneira tal que não tocam em nada que seja importante” (Bourdieu,

1997) ou seja, o princípio do *infotainment*³. É pois provável que contra a sua vontade a direção, coordenadores, editorias ou os próprios jornalistas do canal tenham que voltar a temas que provaram pelos números o potencial de se tornar uma notícia com interesse para a *audiência* e para a qual já não reconhecem qualquer “valor” que a levasse a figurar no próximo alinhamento (excetuando o facto de ter um “bom *share*” garantido). Reforça-se o planeamento do dia seguinte com temas que os números dizem não estar ainda esgotados, evitam-se ou esquecem-se outros já estafados ou que por alguma razão não foram do agrado da *audiência*. A mesma apreciação é feita em relação à concorrência. Os números que preenchem a tabela ditam o sucesso ou fracasso das opções. O departamento comercial põe as “suas cartas” em cima da mesa, mostra a intenção dos anunciantes e monta o mapa do dia seguinte. Apesar da grande importância das grelhas de audimetria para medir o grau de “influência” da informação junto da *audiência* e ajudar os anunciantes nas suas estratégias publicitárias não deixa de ser pertinente a opinião de John Carey quando defende que “esta informação é importante para os anunciantes e contribui para um conhecimento alargado da experiência televisiva, mas por ela própria, dá-nos um conhecimento superficial do problema” (Carey e Elton, 2010: 155). Na verdade dela retira-se pouca informação, se porventura a ideia é recolher elementos tendentes a construir um produto de maior qualidade. A opinião de Mauro Wolf não é tão categórica, em relação à falácia de uma visão em que o telespectador é neutro em relação às informações que lhe são veiculadas via televisão, o autor diz que “apenas ultimamente toda a problemática está a ser explicada”. Saliencia que “sublinhar a atividade dos recetores destacou aspetos cada vez mais distintos, como a seletividade, a intencionalidade, a utilidade, a defesa da manipulação: a solução atual parece ser a comunicação da ideia de uma *audiência* ativa” (Wolf *apud* Gómez *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 179). Gómez encadeia ainda esta ideia com a opinião de Callejo que fala sobre a “redefinição do objeto televisão, não como um objeto físico mas como um objeto social construído pelos próprios sujeitos, a partir das suas perceções. Na televisão como «máquina social», o que interessa não é tanto o emissor, o proprietário do meio ou mesmo a mensagem, mas como os diversos sectores sociais usam a televisão, a partir da compreensão do seu sentido de uso” (Callejo *apud* Gómez *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 179). Não partilho completamente a ideia da desresponsabilização completa dos diversos agentes, a prática demonstra que se confiarmos a cada um dos intervenientes a possibilidade de usar este meio mediante as suas apetências ou interesses os resultados têm sido um constante arrastamento para áreas próximas do entretenimento e um esvaziamento dos valores que

³ *Infotainment* - Neologismo elaborado a partir de duas palavras; informação e entretenimento (segue a lógica da expressão inglesa *infotainment* criada com o mesmo sentido)

deveriam imperar no jornalismo. Neste caso a sugestão de Francisco Rui Cádima parece-me mais pertinente quando afirma que o modelo implementado de ir ao encontro das expectativas das *audiências* é um “modelo esclerosado”, que a informação produzida deveria corresponder a “uma responsabilidade social dos *media*, participando numa construção para a cidadania, agoirando a regressão e definhamento do caminho atual” (Cádima in Silveira e Shoemaker, 2010). Uma visão catastrofista do autor (porventura realista mas também questionável), que no entanto não deixa de fomentar a discussão acerca da ditadura das *audiências*, medidas hoje segundo a segundo, pressionando o discurso jornalístico na direção do *infotainment*⁴.

Sejam quais forem as soluções, de ordem legal ou autorreguladas e sejam quais forem os protagonistas dessa mudança, num ponto não existirá dúvida - a *audiência* tem que elevar os seus padrões de exigência. Como afirma Joan Fontcuberta, a *audiência* tem que adquirir competência mediática que segundo o autor se traduz na “capacidade de uma pessoa para conhecer, entender e analisar as novas linguagens e códigos dos meios de comunicação e das tecnologias da informação e da comunicação; no conhecimento do processo que implica a produção de conteúdos dos meios de comunicação e a capacidade de analisá-los de uma perspetiva crítica e em determinado contexto; na capacidade de interagir com os meios de comunicação de forma reflexiva e de produzir mensagens mediáticas com um grau mínimo de qualidade.” Em suma ser “um recetor com competência mediática que se aproxime dos meios com a exigência de encontrar não apenas informação mas também significados ” (Fontcuberta in Borges e Reia-Baptista, 2008: 195).

Impõe-se mais uma vez como urgente a implementação de áreas pedagógicas que visem a educação para os *media*.

2.3 – A Informação que entretém e o entretenimento que informa

A imagem, que seduz pelo seu apelo à visão, está mais vocacionada para entreter do que a palavra ou o som. Socorrendo-se de técnicas nascidas com o cinema, a imagem ou para ser mais preciso o seu suporte – o ecrã, constitui-se como um permanente enredo a todos os níveis sedutor. E é nessa perspetiva da sedução da *audiência*, que a televisão moderna apresenta uma lógica de entretenimento, distração e diversão, que “cultiva o Homo Ludens” (Sartori *apud* Brandão, 2005: 55), para deixar num plano secundário a informação e a pedagogia. Dominique

⁴ *Infotainment* é um neologismo e já consta do dicionário “Oxford advanced learner's dictionary” (North American English: television programmes, (...) that present news and serious subjects in an entertaining way)

Mehl afirma que desta forma a televisão abandona “o seu papel de mediador entre o poder e o cidadão e passa assim a ser um ator social na esfera pública” (Brandão, 2005).

Indiscutível é que o ecrã ganha com a televisão uma vida própria; seja ele uma janela; quando permite ver parte da realidade; um quadro quando dissimula a própria realidade ou um espelho quando se limita a mostrar a nossa própria “vivência”. A velocidade da rede acelera as constantes viagens espaço-temporais. Já com o advento das novas tecnologias e formas de comunicação, o ecrã ganha múltiplas aplicações; o efeito de “lupa” (enquanto monitor de computador) permite ampliar e apartar pedaços da realidade, a portabilidade de tecnologias móveis permite a qualquer utilizador dizer presente, estando fisicamente ausente e a tateabilidade dá ao Homem a possibilidade de intervir visceralmente com a própria realidade.

Por outro lado como é possível resistir ao ecrã? Como se pode negociar a distância do olhar? Vê-se televisão com a crença de quem abarca uma verdade completa, integral. Com o argumento de que o tempo é precioso, a Televisão apresenta uma síntese “travestida” de um todo que não cabe nos instantes de uma peça informativa. O espectador tem a sensação de que vê a totalidade e não uma pequena parte, o que preenche na perfeição o objetivo de quem emite. A *audiência* não vê os bastidores, a produção, os cortes, o trabalho de edição, o porquê das escolhas, a forma como se conta, o que esconde a imagem e o que revela a sua ausência. A este propósito Rui Cádima conclui que uma “aproximação analítica à informação televisiva levamos a considerá-la, também, ao nível da sua nova dimensão predominante de *Infotainment* e, portanto, das suas estruturas “ficcionalizadas” e “remitificadoras” de um real que é apenas televisivo” (Cádima *in* Silveira e Shoemaker, 2010). Não estamos a discutir a velha questão da manipulação jornalística, estamos a um outro nível, a questionar porque aceitam as *massas* esta narrativa, acriticamente, baixando todas as guardas, reprimindo todo o espírito crítico, evidenciado diante de tantas outras vivências no seu dia-a-dia. Porque prefere deixar-se seduzir por uma “bela” mentira ao invés de confrontar proativamente um determinado facto. Voltamos a estar perante um simples ato de fé? Aqui faz todo o sentido falar na imagem e na “violência do visível” que para Marie-José Mondzain “não tem outro fundamento senão a abolição, intencional ou não, do pensamento e do juízo” (Mondzain,2009:37). A autora apela à participação do olhar quando afirma que “a violência ou força de uma imagem está na sua capacidade de ao ser olhada (...) não despojar o seu espectador do seu lugar de sujeito falante” (Mondzain, 2009:41) e se possível ativar a sua vertente de homem pensante.

É neste contexto que questionamos; onde está a génese desta característica da *audiência* de TV - uma massa absorvente e ávida de comunicação, porém sem capacidade de reação ou de discussão. Ainda assim a visão de um público amorfo e recetor parece já estar a ser

ultrapassada. Alain Minc defende que “o público filtra, assimila, rejeita e seleciona”, o que acabará por autocondenar a *informação espetáculo*. A capacidade de destrição e seleção das *audiências* manifesta-se “pela persistência no seu seio, de uma procura por produtos de qualidade suficientemente significativa para os fazer viver (...) e no seio do grande público a existência de um reflexo vital que traça o limite de forma a não ceder à informação-espetáculo” (Minc *apud* Brandão, 2005: 71).

Não deixa de ser estranho que, mesmo quando surgem vozes isoladas questionando a dissimulação da imagem, logo as *audiências* clamam pela veracidade evidenciada na clareza do ecrã e voltam a reposicionar a televisão no centro do mundo, conferindo à “caixa” uma pose dogmática. Insurgem-se contra a imagem, questiona-se a sua “vontade”, acusam-na de violentar, manipular, deturpar, lembrar ou esquecer, mas a qualidade de todas estas características está na imagem em si, ou como questiona Mondzain, está na capacidade do olhar, na distância de quem olha. Não será a qualidade do olhar mais forte do que a qualidade da coisa olhada?

Pode-se discutir o papel deste meio de comunicação nas sociedades modernas mas não se pode ignorar o seu poder como elemento transversal a toda a cultura. Os acontecimentos de relevo público passam a ser formatados pela televisão. Se não tiveram cobertura televisiva arriscam-se a “não ter existido”. Os atuais conceitos de “*agenda-setting*” e de “*gatekeeping*”, muitas vezes auto impostos aos jornalistas reconfiguraram o espaço da informação televisiva. Estas conceções estão de tal forma enraizadas nas rotinas das redações que por vezes são os próprios jornalista que os processam de uma forma quase automática, não necessariamente por pressão direta das chefias. McLuhan refere que o processo efetua-se a dois tempos “o efeito de agendamento (*agenda-setting*) parece refletir-se, a um primeiro nível na definição do que constitui ou não um tema de atualidade (...) e a um segundo nível, estabelece a própria hierarquia e prioridade dos temas» (McLuhan *apud* Brandão, 2005: 120).

Estas questões sempre existiram. O meio televisivo está cheio de problemas e conflitos, mas não são insolúveis. É essa discussão que tem que ser feita no espaço público antes dominado pela televisão e que hoje, fruto da globalização e de um novo panorama tecnológico com a emergência da Internet, tem à sua disposição uma multiplicidade de plataformas onde pode ser discutida. Mar de Fontcuberta disserta sobre o papel dos meios de comunicação como protagonistas do lazer. Relembra as duas visões que Perceval avança como paradigmas culturais sobre o tempo de ócio: liberal/consumista “onde o lazer é encarado como descanso e é uma oportunidade para o escapismo, catarse e consumo. Perceval adianta que o segundo paradigma levou á criação de um novo conceito de comunicação, não monopolizada pela informação

noticiosa, mas ampliada a todos os interesses de uma comunidade” (Fontcuberta *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 193). Estes princípios de entendimento e aproximação sobre os usos que o espectador faz da televisão, acabam por tornar mais claras as fronteiras entre entretenimento e informação por parte das organizações. Partindo destes pressupostos parece que se começa a instalar dentro da organização informativa televisiva a ideia de que estará legitimada a tentação de empacotar produtos noticiosos numa embalagem de *infotenimento*.

No atual paradigma veem-se melhor as diferenças entre o passado e o presente da televisão e perspectiva-se já o que poderá ser o futuro. Nuno Brandão explana sobre as diferenças entre a *paleotelevisão* e a *neotelevisão*, isto é, uma televisão em fase inicial que se dedicava mais a uma função de pedagogia, enquanto a segunda “abandona a perspectiva cultural e educativa, adotando uma lógica direcionada para a sedução das *audiências*” (Brandão, 2005). Hoje, diz o autor, temos uma televisão assente na procura. De ressaltar no entanto que a fase anterior da televisão, foi muito marcada pelo entendimento de uma *audiência* estática que absorvia os conteúdos acriticamente, e que essa função pedagógica assentava em larga medida na tentativa governamental de conformismo, standardização e manipulação dos espectadores com objetivos políticos. “As televisões públicas limitavam-se a oferecer uma série de programas segundo um certo sentido de oportunidade, de necessidade política e sentido comum” (Lahera *apud* Brandão, 2005: 54). Volta-se à eterna questão, sempre tristemente atual no ambiente televisivo, da enorme pressão política sobre o setor público e a grande dependência do mercado por parte das televisões privadas.

2.4 – O insólito elevado à categoria de notícia

Nos atuais modelos de Jornalismo Televisivo a imagem ganha uma nova dimensão. O simples facto de existir uma imagem de algo “diferente” pode elevar à categoria de notícia um determinado acontecimento menor. Tudo vale desde que contenha o tal ingrediente – ser raro, excecional, excessivo, singular, anormal, em suma - insólito. Com o advento de novas formas de recolher, tratar e enviar imagens, essencialmente através de equipamentos móveis, e a sua divulgação através de meios suportados pela internet, as televisões têm hoje dificuldade em apresentar um produto “diferenciador”. Consequentemente são obrigadas a reinventarem-se para se manterem “na corrida”. Ao entrarem no jogo do “adversário”, o único caminho que encontraram para ultrapassar essa dificuldade foi explorar ao extremo o “insólito”, área onde a internet consegue elevados níveis de popularidade. O risco que se corre nesta circunstância é a possibilidade de desvirtuação da própria informação televisiva, o desvanecer da sua vocação

como criadora de sentidos sobre a esfera social, tal como sublinha Brandão; “É necessário que não se afaste do que consideramos importante e de modo a enformar os seus conteúdos informativos como meio de conhecimento, já que a televisão é um dos principais promotores da produção de sentido na atual esfera pública, contribuindo para a formação cívica e política dos cidadãos” (Brandão, 2005:17).

Outra consequência é que a utilização massiva deste tipo de imagens contribui para um afunilamento da agenda. A variedade de imagens transforma-se paradoxalmente numa unicidade de temas cujo valor-notícia é bastante reduzido. Vemos mais imagens, mas recebemos menor valor informativo e compreendemos ainda menos. Este fenómeno é também explicado por Rui Cádima quando refere que “o discurso televisivo conduz ao espetáculo de ritualização do acontecimento e à efabulação sempre violenta do real, na medida em que só reconhece alguns dos seus estereótipos – a atualidade trágica, a catástrofe, o *fait-divers*” (Cádima *in* Silveira e Shoemaker, 2010: 331).

O perigo desta utilização massiva de imagens “vazias de sentido” é o de provocar, com o passar dos tempos, uma crescente insensibilidade nos telespetadores. O único objetivo parece ser distrair o olhar sem provocar no recetor qualquer tipo de reação para além do “aprisionamento” dos sentidos. Thomas Zengotita explica que é precisamente esta vertigem competitiva entre os *media* que acaba por provocar uma certa apatia entre os telespetadores quando confrontados com imagens de violência. Segundo o autor “os produtores dessas imagens competem uns com os outros para provocar o máximo de horror, piedade e indignação, na expectativa de que este encontro com uma pessoa que está a morrer com SIDA ou esse documentário sobre trabalho em condições desumanas ou aquelas fotografias de focas bebés acabadas de esfolar provoquem o empenhamento nas pessoas”. Mais à frente concretiza ao afirmar que “a acumulação dessas experiências tem provocado um distanciamento irónico (...) Contudo não se trata de apatia, mas antes torpor psicológico, de uma defesa geral contra a intromissão de representações de todos os tipos, especialmente dolorosas” (Zengotita, 2005: 154). Neste contexto de busca pelo sensacional todos os agentes são envolvidos. Incitados pela frieza da tabela que regista a *audiência* é o seu próprio lugar e estatuto que estão em causa. Como afirma Ferrés “A eficácia de um comunicador está condicionada pela sua capacidade de chamar a atenção, de surpreender. É neste contexto que as estações televisivas competem e, portanto, o critério pelo qual são regidas é de que o sensacional deve predominar sobre o rotineiro e, em consequência, tem-se o culto à surpresa, à mudança pela mudança” (Ferrés *apud* Fontcuberta *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 193). E quem não seguir estas regras arrisca-se pura e simplesmente a ser excluído do processo.

2.5 - O que é a imagem?

Segundo Mondzain (2009) o problema das imagens está diretamente relacionado com a visibilidade, o que não quer dizer que um aumento da visibilidade dependa de um aumento das imagens, mas a visibilidade, neste sentido, refere-se à relação entre o que ela esconde e o que mostra. A autora considera, por exemplo, que o 11 de Setembro, não é um simples atentado aos EUA enquanto nação, mas sim a um lugar sem território – o do visível. Tratou-se ao contrário do que é normal de um inimigo gerado por essa mesma visibilidade - o iconoclasta. Neste sentido, Mondzain, no seu livro “A imagem pode matar?” instiga a que se vejam as *imagens* que a própria imagem esconde. Quem não consome as mesmas imagens não é controlável e representa uma ameaça. Se conseguirmos ultrapassar essa barreira seremos conseqüentemente mais livres. A *audiência* chega mesmo a controlar a própria imagem, dispensando qualquer forma de intermediação. Assim, ser iconoclasta, neste caso, é afastar-se dessa comunidade do visível. Os dois discursos servem para o mesmo fim: a adesão à questão da visibilidade.

O controlo sobre as imagens não garante o seu sentido; a ausência de imagens ou de representações visuais, musicais ou literárias, transcende os processos de transfiguração do real, da transformação dos discursos, do debate sobre a realidade. A autora refere neste sentido a posição do presidente Bush quando tomou medidas proibitivas aquando do 11 de setembro (por exemplo não mostrar cadáveres, não mostrar violência na televisão ou no cinema). A mesma atitude que os seus “inimigos” (os Talibãs) tiveram meses antes ao destruir as estátuas dos ídolos em Bamiyan (quando impediram quaisquer imagens do ato de destruição dos gigantes de Buddha no Afeganistão). Neste sentido através das imagens pode impedir-se o ato de ver, porque é mais fácil proibir ver do que permitir pensar. Ao controlar-se a imagem silencia-se o pensamento e quando o pensamento tiver perdido os seus direitos acusa-se a imagem de todos os males sob pretexto de que é incontrolável. É nesta encruzilhada que se encontra o papel da imagem face ao novo paradigma comunicacional.

Através da imagem também se pode dar lugar à palavra. A imagem não é prova de nada, não mostra tudo. A sua parte invisível é a parte deixada à palavra. De certa forma não mostra mais que o olhar que lançamos sobre ela. Trata-se de um objeto observável, analisável, que espera um sentido, só se tornando visível na relação que se forma entre aqueles que a produzem e aqueles que a olham. É por isso que mais do que falar no invisível há que falar na imagem daquilo que não estando visível, espera um sentido no seio da *audiência*. Esta ideia está expressa na imagem da Arte: uma imagem que espera um sentido da relação imagem – observador. Analisar a imagem é questionar o que ela leva a fazer e não o que ela faz. Tem que

existir um equilíbrio na tensão emocional quando se assiste à imagem, “o visível por si só não dá ordens”; devemos produzir, estabelecer uma “distância reparadora”, não permitindo que a imagem nos devore, nos incite à violência. É nesta dimensão que se enquadra a ideia defendida por Martin-Barbero quando afirma que estamos perante um novo “ecossistema comunicativo, formado não apenas por novas máquinas ou meios de comunicação, mas também por novas linguagens, (...) pela hegemonia da experiência audiovisual sobre a tipografia e pela reintegração da imagem no campo da produção do conhecimento. Tudo isto está a incidir tanto naquilo que entendemos por comunicar, quanto nas formas de convivência e no sentido de laço social” (Barbero *apud* Fontcuberta *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 191). Se olharmos sob esta perspetiva, veremos uma nova imagem.

2.6 – A importância da imagem

A importância crescente da imagem, especialmente na informação televisiva, onde é mais evidente a sua dependência, coloca novas questões e como defende Bourdieu, novos perigos que são “inerentes ao uso habitual da televisão e ligam-se ao facto de a imagem ter a particularidade de poder produzir (...) o efeito do real. De poder fazer ver e fazer crer no que faz ver” (Bourdieu, 1997: 14).

As imagens neste contexto acabam por objetivamente contribuir para “dissimular” ao invés de reforçar a informação que pretendem transmitir. Se juntarmos a “subjetividade” própria da imagem à sua inseparável carga emocional percebemos que o atual momento de receção da imagem se tornou num complexo exercício para o telespectador. Daí que a televisão, talvez seja o meio ideal para este jogo de manipulação atendendo ao ambiente de exacerbado estado emocional que estabelece com as *audiências*. Como afirma Ferrés, “A cultura audiovisual costuma ser uma cultura de hiperestimulação sensorial que, por vezes, atinge uma *overdose* e provoca uma espécie de hipnotismo no recetor, que pode chegar a anular qualquer possibilidade de distanciamento reflexivo” (Ferrés *apud* Fontcuberta *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 193).

Temos que estar atentos à evolução deste fenómeno. Nestas águas agitadas onde o real e a sua representação, a racionalidade e a emoção, o visível e o invisível, a verdade e a dissimulação se vão digladiando permanentemente, resta à informação a consciência de que estes dilemas não nasceram no seu seio e que de certa forma acompanharam toda a atividade humana. Isso é precisamente salientado por José Manuel Fernandes: “O risco de as democracias poderem degenerar em demagogias não é resultado apenas, ou sobretudo, do atual sistema

mediático. As tentações populistas e demagógicas ocorreram e triunfaram, muito antes de se falar de uma crise da democracia representativa induzida pelos *media*” (Fernandes, 2011: 13).

A força da imagem e a proliferação de plataformas capazes de a difundir, veio também potenciar o aparecimento do chamado “jornalismo do cidadão”. A propósito considero este conceito duplamente desacertado, visto que não é jornalismo o seu “produto” nem é o cidadão que o realiza. Mais não é do que uma parte da *audiência* dotada de meios tecnológicos, capazes de disseminar por infinitos lugares e a velocidades descontroladas, pedaços atomizados do seu ínfimo e nebuloso “real”. Isto não invalida a existência de pessoas ou organizações que não fazendo “jornalismo”, desenvolvem uma atividade capaz de concorrer com os órgãos de Comunicação Social nas duas frentes; disputar atenção da *audiência* e oferecer conteúdos capazes de a satisfazer.

As imagens e sons que qualquer um pode recolher, devido à facilidade conferida pelas novas tecnologias, podem até ser utilizadas pela televisão desde que cumpram o seu papel na recriação da “realidade”. Pegando em pedaços do “real” a televisão constrói uma realidade que cumpra os seus objetivos. Brandão apoiado em Daniel Bounoux e Paquete de Oliveira relembra a “dupla mediação” desempenhada pelos *media*, uma “mediação cognitiva” enquanto dão as notícias como reprodução da realidade, criando símbolos, perceções e visões do mundo; mas também uma “mediação estrutural” quando o seu discurso é gerador da própria realidade (Brandão, 2005). Neste sentido a televisão espetáculo na ânsia de satisfazer a sua clientela apresenta, segundo Bourdieu, “uma visão des-historicizada e des-historicizante, atomizada e atomizante, e que encontra a sua realização paradigmática na imagem que do mundo dão as atualidades televisivas, sucessão de histórias na aparência absurdas que acabam por se assemelhar todas umas às outras, procissões ininterruptas de povos miseráveis, sequências de acontecimentos que, aparecendo sem explicação, vão desaparecendo sem solução, hoje o Zaire, ontem o Biafra e amanhã o Congo” (Bourdieu, 1997: 113).

2.7 - “Se há imagens, há história. Se não, esquece...!”

A imagem assume então um novo papel. No atual jornalismo televisivo ela não reforça o papel da televisão mas ela é em si mesmo a própria notícia. Paradoxalmente, esta força da imagem transforma-se numa debilidade para a televisão, ao ser ela o fator determinante para ditar se determinado facto pode ou não ser elevado ao “estatuto” de notícia.

A televisão é essencialmente a informação está agora mais dependente de imagens para produzir o seu produto – a peça informativa, do que no passado. A grande dependência de

imagens, que foi porventura o seu maior trunfo no anterior modelo, transformou-se atualmente, na maior fragilidade da informação televisiva. A existência ou não de imagem pode em última análise ditar a capacidade de uma determinada notícia alinhar ou não no Jornal Televisivo (neste *estudo de caso* não existe uma única notícia que prescindia da utilização de imagens). Daí resulta uma maior utilização de um conjunto de imagens até agora ignoradas. Imagens provenientes de câmaras de videovigilância, de telemóveis, satélites, e da própria internet, são hoje vulgarmente utilizadas. A peça informativa de televisão é hoje, como no passado, o resultado da importância da notícia em si mais o potencial da imagem e a “performance” dos seus “atores”, sendo que o papel principal está definitivamente atribuído à imagem em torno da qual tudo gira. Hoje em qualquer redação televisiva é comum ouvir-se a expressão de que se deve escrever para a imagem, quando ainda há poucos anos a imagem servia “apenas” para dar “corpo” a um texto jornalístico com vida própria. Esta crescente dependência de imagens vindas não importa de onde levanta novas questões. O que acontece atualmente é que ao sofrer as referidas pressões estruturais e empresariais, a informação televisiva tenta compensar estas fragilidades, recorrendo a imagens que fazem um maior apelo à emoção. Ao utilizar este tipo de imagens, mais intuitivas, vindas “diretamente” do mundo “real” sem a intermediação de profissionais da área, a televisão está a condicionar este género informativo e a tornar a informação menos racional - consequentemente mais emotiva.

Por outro lado, temas que pela sua própria natureza podem prescindir da imagem (por ex. económicos e sociais), levam as televisões a fabricar em “incubadoras” a imagem ideal para preencher aquele espaço. Ou seja, na hora de noticiar algo que contenha sentimentos claros e fortes, conceitos ou ideias simples, o JT não tem dúvidas em “fabricar” as suas próprias imagens. A facilidade com que a televisão transmite esses sentimentos inequívocos e fortes é uma fonte inesgotável para a exploração das emoções dos espectadores de informação televisiva. Seguindo este caminho, está facilitado o trabalho de algumas forças (de cariz político, económico ou social) de tornar acrítico o ato de ver o Jornal Televisivo.

Sobre a predominância da imagem no discurso televisivo, Jaspers afirma, com toda a pertinência, que contribui para “construir na televisão uma representação mitificada do mundo”. Cazeneuve e Oulif consideram mesmo que o telespectador é como o prisioneiro na Caverna de Platão: só recebe do mundo as sombras projetadas na parede, isto é, uma imagem deturpada que o impede de ver a realidade como ela é. Assim, a imagem televisiva só pode ser uma metáfora ou um mito, e não uma metonímia do real” (Jaspers, 1998: 72).

Ainda assim quando as imagens são insuficientes ou inexistentes, é obrigatório descobri-las, adapta-las ou até “construí-las” para que atribuam sentido a uma narrativa

preexistente, mesmo que a relação com o facto que lhe deu origem seja ténue. Exemplo claro é o celebre caso do apagão⁵, quando toda a imprensa se lançou na corrida pela imagem da cegonha que terá colocado meio país sem eletricidade e esqueceram o que verdadeiramente interessava, saber o que falhou na rede elétrica nacional, para que tal tivesse acontecido. Provavelmente a complexidade do tema atrapalharia a compreensão por parte dos telespectadores. “Uma cegonha põe meio país às escuras” é muito mais emotivo e apelativo do que “Falha na subestação de Rio Maior põe meio país às escuras”, por que razão é a primeira narrativa mais apelativa para todos, meio e recetor (já que para o agente – a EDP, a questão nem se coloca), é o que nos deve inquietar.

A importância, o interesse e a força de determinados eventos são, portanto, diretamente proporcionais à existência de imagens. A abordagem superficial característica da peça televisiva juntamente com a obrigatoriedade de ser suportada pela imagem altera os próprios critérios de noticiabilidade: ou seja, a força da imagem sobrepõem-se ao facto que ela suporta. Esta questão agudiza uma outra debilidade aqui bem retratada por Nuno Goulart Brandão, quando refere que “o grande problema hoje com a espetacularidade da informação televisiva é que ela retira a inclusão de outras notícias e/ou remete-as para segundo plano, já com curta duração e reflexão, consequência das exigências da concorrência face aos imperativos de conquistar *audiências* e fidelizar os públicos ao seu telejornal” (Brandão, 2005: 149).

Nesta corrida pelo acesso ao estatuto de notícia, nem todas as imagens se conseguem impor à agenda, só algumas pela sua força conseguem naturalmente ultrapassar tal barreira. E aqui o poder da imagem volta a ser determinante. Como exemplo refere-se o tsunami de 2004 ou o terramoto no Haiti em 2010. A dimensão das tragédias e o impacto das imagens eram por demais evidentes que dispensavam qualquer trabalho de “reforço” da sua componente dramática, ou seja, está-se perante acontecimentos que se impuseram porque tinham a força suficiente, não necessitando dos *media* para ganhar novo estatuto. As suas imagens, recolhidas e difundidas por múltiplos meios tecnológicos, rapidamente povoaram o ambiente mediático a uma escala mundial. A proliferação de meios de recolha de imagens (essencialmente telemóveis e câmaras pessoais) também aqui foi determinante. Os grandes grupos de comunicação social utilizam estas imagens pois sabem que elas potenciarão o consumo dos seus produtos numa

⁵ Uma falha na central da EDP de Rio Maior, ocorrida no dia 9 de maio de 2000 às 22h e 17m, deixou metade do país sem abastecimento de eletricidade durante 2 horas. A EDP diz que uma cegonha terá sido a causa, conforme relatado na altura pela imprensa. Segue-se um extrato da notícia publicada na edição do Jornal “Público” de 11 de maio de 2000; “O «apagão» de terça-feira à noite na região sul do país está a ser atribuído a uma falha de um sistema automático de proteção da EDP, que inexplicavelmente não detetou o curto-circuito causado pela morte de uma cegonha numa linha de alta tensão localizada perto da Figueira da Foz.”

dinâmica proporcionada pelas sinergias dentro dos grupos. Os *media* são cada vez mais tecnológicos e mais dramáticos e são-no pela mesma razão – estratégia de marketing global. Vivemos uma época de autênticas maravilhas tecnológicas impensáveis há uns meses, dias ou horas atrás. E elas marcam já o atual panorama mediático.

2.8 - Constrangimentos da atividade jornalística; as pressões, a autocensura e a crise económica

Foram, são e serão marcas distintivas coladas à atividade jornalística desde o início e por fazerem parte intrínseca da sua atividade, a ela ficarão ligadas para sempre – são os constrangimentos do “mundo” jornalístico. Têm uma marca tão forte que instituiu-se a ideia de que não vale a pena combatê-los, a opção é saber trabalhar e conviver com eles. Jean-Jacques Jespers resume em doze pontos as limitações do jornalismo televisivo: “**O imediatismo**, com consequências na confirmação e reflexão dos temas noticiados; **a predominância da imagem**, que implica uma espetacularização da notícia e a relativização do discurso, e a falta de imagens, que como já se viu, pode conduzir à omissão de uma notícia importante ou de qualquer modo atenuar a importância dada a esta informação, da qual se limitarão a fazer uma breve referência; **o contágio do divertimento**; **a ausência de especificidade de público**, que implica uma redução do nível de conteúdos para abarcar o maior número possível de *audiência*; **os efeitos da competição pelas audiências**, a tentação pelo *infotainment* por exemplo; **a brevidade**; **o «pensamento único»**; **a dependência relativamente à fonte**, que ao contrário do jornalismo escrito depende muito mais do discurso direto das fontes; **a fugacidade do discurso**; **o choque da imagem e do som**; **a fraca credibilidade** e a participação pessoal do jornalista” (Jespers, 1998). O último ponto – **a inibição de expressão**, ou se preferirem autocensura é porventura aquele que mais tem crescido ultimamente. A resposta pode estar naquilo que alguns especialistas chamam a “espiral de silêncio” (Teoria desenvolvida por Elisabeth Noelle-Neumann, 1972)⁶. O medo de isolamento social pode promover a autocensura. Algumas investigações sugerem que se trata também de fatores interpessoais: uma pessoa pode ter receio de magoar os sentimentos dos outros. Um jornalista tende a afirmar-se e a discutir se o clima interpessoal for mais acolhedor, caso contrário o mais provável é retrair-se. Por fim o grau crescente de uma maior precariedade no local de trabalho empurra o jornalista para zonas de

⁶ Segundo a investigadora, os agentes sociais ao se sentirem isolados na expressão das suas opiniões, tenderão a retrair-se (silenciando-se) para “fugir” ao embate com opiniões dominantes. Significa que quanto mais isolados estiverem mais se anulam. Foi este comportamento cíclico e progressivo, que Noelle-Neumann detetou em estudos efetuados entre 1965 e 1972 e apelidou de “Espirale do Silêncio”.

grande debilidade e dependência financeira com a conseqüente subjugação à estrutura para quem trabalha.

Outra explicação para as reticências dos *media* em exprimirem opiniões controversas, podem ser as pressões exercidas por representantes do governo ou por outro lado, críticas em sentido contrário vindas da oposição na sua luta política diária.

A informação é muito valorizada na nossa sociedade e os seus operadores ganham um grande destaque ficando a sociedade muito dependente deles, tal facto confere um excessivo poder à imprensa. No passado esse inquestionável poder estava distribuído equitativamente por toda a estrutura sendo os jornalistas os grandes detentores a título individual de tal ganho. Essa mais-valia revertia diretamente para o trabalho que desenvolviam e refletia-se no produto final – a notícia emitida. Hoje a situação alterou-se e o poder foi-se concentrando em departamentos intermédios dentro do atual paradigma comunicacional, ficando o jornalista mais desprotegido e o seu trabalho mais fragilizado.

Nos EUA fizeram-se estudos para perceber algumas alterações de comportamento por parte dos *media* na fase pós 11 de setembro. Verificou-se que num primeiro momento os jornalistas se limitaram a seguir o consenso geral, apoiando as estratégias da Casa Branca (quando todos as apoiavam, com um destaque para a opinião pública americana) e numa segunda fase, quando surgem uma série de vozes críticas, porque as coisas não estavam a correr bem, passaram a ser críticos, também provavelmente, porque essa posição ajudou a vender mais. O distanciamento em relação ao sucedido não terá ajudado, mas com esta constatação verificamos mais uma debilidade na reduzida independência dos *media*, especialmente em momentos de grande tensão social como foi o caso. Aqui os *media* seguiram “o pensamento único” a que se referia Jaspers (1998), numa primeira fase imposto pela administração Bush e num segundo tempo “comandado” pela pressão da opinião pública americana e até internacional.

Outra questão repetidamente colocada é o facto de se considerar que os *media* têm que ter um comprometimento com a verdade - a inocência da verdade. E esta posição, se tem um questionável enquadramento no resto do mundo, na realidade europeia e mesmo americana não faz qualquer sentido. Para as sociedades ocidentais, a questão não é pesar a “quantidade de verdade” que os *media* transmitem, isso seria ter uma visão sacerdotal da função dos *media* numa democracia, que eles na realidade não têm. Os *media* são uma indústria e as notícias uma mercadoria. Eles são um campo de cultura como outro qualquer, estão ao mesmo nível de qualquer outra prática cultural. O que faz dos *media* um importante instrumento da democracia não é o facto de “serem os defensores da verdade “ (porque não o são) mas sim a capacidade

de serem multiculturais, terem diversidade que é um dos componentes essenciais da democracia; ou seja a capacidade de ter uma opinião (e expressá-la), diferente de outra, ainda que as duas não tenham uma correspondência direta com a verdade. No caso português ainda não existe lugar para o jornalismo de opinião, por agora é deixado aos comentadores que vão ocupando esses espaços como um prolongamento da sua atividade política (porque a grande maioria de comentadores televisivos é proveniente dessa área). A inexistência dum dono da verdade, da “coletivização” da verdade são as características base das democracias e dos seus agentes culturais como é o caso da informação. Ela faz parte da democracia, uma parte da vida real, não é a sua “fiel depositária”. O que faz uma democracia forte não é uma imprensa ou até uma opinião forte, mas sim uma consciência musculada de permanente suspeição sobre a própria democracia e nesse sentido sobre a própria imprensa como parte da vida real, esta é a verdadeira essência da democracia. Ou seja a robustez dum democracia não está nas melhores ou piores intenções dos governos, na atitude mais ou menos irresponsável da sua imprensa, mas sim na qualidade e multiplicidade da consciência crítica dos seus cidadãos. A sociedade é mais democratizada quanto mais sentido crítico tiver o cidadão na sua vivência diária com o outros e utilizar os *media* na medida das suas necessidades (de informação, prazer, entretenimento, etc.). Eles podem “vender” notícias, mas tal não deve ser visto como algo negativo porque a última palavra pertence ao “consumidor”, este tem em seu poder o destino a dar a essa informação; “compra-a” ou não e num segundo nível aceita-a como verdade ou não. Se este ato for consciente, e as *audiências* já demonstraram algumas vezes que têm uma vontade própria, não há qualquer problema com a forma de atuar dos *media*.

Os *media*, independentemente deste facto, têm um forte poder de penetração nos públicos, mas se estes mantiverem uma consciência e suspeição sistemática em relação a esses *media*, não se correm grandes riscos. A democracia não necessita da verdade dos *media* para sobreviver, antes sim dum linguagem crítica da realidade é isso que dá poder a uma democracia. Os *media* não são uma ameaça, porém é pertinente a implementação de medidas facilitadoras de um melhor entendimento do fenómeno comunicacional por parte dos cidadãos. Como este trabalho também demonstra, as várias fases intervenientes no processo informativo englobam um grau de complexidade que não se compadece com simples abordagens empíricas. Se quisermos conviver com uma opinião pública forte, informada, proactiva e atenta temos que promover novas formas de interação dos vários intervenientes no processo.

A proliferação das agências de comunicação, dos gabinetes de imagem e outros operadores da área criaram uma nova dificuldade aos jornalistas. Ao invés de o ajudar, estas fontes dificultam pelo facto de objetivamente contribuírem para uma menor atitude crítica por

parte dos jornalistas e uma diminuição da sua criatividade, o que conduz necessariamente a uma uniformização dos trabalhos, comparativamente a outros canais concorrentes (atendendo a que todos “beberam a água das mesmas fontes”). Assessores, agências, gabinetes de comunicação, relações públicas, comunicados de imprensa, *newsletters*, produzem uma série de trabalho outrora pertença do jornalista, tornando-o desta forma em mais um elemento de intermediação, e reduzindo o seu papel de agente que congregando a informação produz a partir dela uma notícia.

Ao olhar a partir do outro lado, do lado das fontes, observa-se que as notícias já são produzidas pensando nas rotinas televisivas, contando com as limitações e constrangimentos já abordados. Dominando estes mecanismos, percebe-se que consigam produzir mensagens de grande potencial jornalístico. Mensagens capazes de facilitar, é o seu argumento, mas que objetivamente são capazes de despojar o jornalista do seu papel de mediação e desta forma atingirem os seus objetivos. Esta capacidade de intervir com sucesso nesta área está também muito dependente dos recursos utilizados por estes agentes o que cria um grande desequilíbrio. Desta forma vemos que poderosas organizações e instituições são assessoradas por grandes agências, que assim conseguem impor mais facilmente a “sua visão”.

Os vários órgãos de comunicação social, e as televisões não são exceção, ao estar numa tendência crescente de redução de custos são levados a utilizar com maior frequência do que seria razoável, estas fontes. Tal procedimento poderá ser mesmo considerado como fazendo parte das rotinas de uma redação.

Para além dos perigos evidentes que tal situação produz, existem ainda outros “danos colaterais” não menos perniciosos, como por exemplo, a homogeneização da informação, visto que estes agentes atuam em toda a linha e da mesma forma, o que provoca notícias similares nos vários canais.

Isto ajuda a baixar os custos operacionais da atividade televisiva. Contra o mito da pluralidade dos meios de comunicação, no interesse da diversidade de informações, encontramos o mesmo discurso transmitido por várias redes de televisão que ignoram outras fontes de informação economicamente limitadas mas longe de discursos oficiais. Nesta situação é mais um pilar do jornalismo que fica fragilizado, a pluralidade dos meios de comunicação e a conseqüente diversidade de pontos de vista. Também neste domínio “pensar/atuar fora da caixa” é cada vez mais difícil. A história repete-se, o poder, as instituições e os grandes grupos económicos, tudo farão para ocultar os seus fracassos e evidenciar os seus feitos, e nestas circunstâncias, o jornalismo estando mais dependente deste tipo de fontes, ficará mais fragilizado e incapaz de responder à altura, como se exige.

A simples visita de uma “alta individualidade” estrangeira ao nosso país, implica nos dias de hoje a deslocação de duas equipas de reportagem e uma equipa de diretos. Uma faz a cobertura com incidência sobre a componente política e outra virada para o enquadramento social do evento, por fim os meios de direto asseguram um rápido envio, ou se necessário uma emissão em direto do referido acontecimento. Ora todos os dias essa situação é avaliada e aqui o peso dos recursos humanos, técnicos ou financeiros, ditam a sua lei. Ou seja, não é em função do “ator” político ou “personagem”, nem a qualidade do evento em si que determina os meios a disponibilizar, há uma multiplicidade de condicionantes a considerar. Em última análise quem dita o nível da cobertura é a força das *audiências* que tendem a valorizar mais uns do que outros em função de determinadas circunstâncias. Ponderados estes pressupostos, a Direção de informação decide.

A discussão sobre o declínio da qualidade da informação pode ser polémica em muitos sentidos, mas a redução de verbas é um dos únicos pontos consensuais. Esta questão é tanto mais complexa porque agrava outros perigos no atual mundo do jornalismo; a precaridade dos jornalistas, a concentração dos grupos de *media*, a elevação ao estatuto de estrela de vários jornalistas com avultados salários, enquanto que centenas de estudantes (os melhor formados de sempre) saem todos os anos das universidades e são atirados para o desemprego ou colocados a desempenhar tarefas menores.

Estas razões não são suficientes para abalar os princípios que continuam a nortear a atividade jornalística, mas não deixam de exercer uma pressão acrescida no seu dia-a-dia. A equação é aqui resumida por Shoemaker ao constatar que “As rotinas mediáticas não se desenvolvem aleatoriamente. Dada a finitude dos recursos organizacionais e o infinito potencial de matéria bruta, as rotinas são respostas práticas para as necessidades das organizações informativas e respetivos trabalhadores. A função destas organizações informativas é entregar, dentro de limitações de espaço e de tempo, o produto mais aceitável para o consumidor da forma mais eficiente. Dado que a maioria dos *media* são empresas que buscam o lucro, elas esforçam-se para fazer um produto que possa ser vendido por maior valor do que os custos de produção” (Shoemaker e Reese, 1996: 104). Este princípio aplica-se aos métodos de produção de qualquer empresa seja qual for o seu ramo de atividade. Esta forte dose de pragmatismo, utilizada na definição anterior, afeta inequivocamente a “aura” que envolve o “Universo jornalístico”, universo este, responsável pelo “chamamento” de gerações de jovens jornalistas ao longo dos tempos.

No caso da televisão, esta pressão é mais evidente. Acresce ainda que os já abordados constrangimentos orçamentais levam a que, normalmente, os vários eventos constantes na

agenda não possam ser cobertos como desejariam os responsáveis. E se desta deficiente cobertura, resultar *a posteriori*, a necessidade de se noticiar um desses eventos, então estaremos na presença de mais um problema – teremos que recorrer a fontes indiretas (estes tais agentes) o que se traduzirá numa diminuição de qualidade da informação produzida.

Apesar dos constrangimentos na ação e falhas em momentos cruciais, não existe ainda nenhum grupo melhor preparado do que o dos jornalistas - independentemente da sua plataforma de trabalho, para transmitir uma notícia com a respetiva dose de credibilidade.

2.9 - “Peça boa é a que está no ar!”

Esta é a expressão utilizada por jornalistas quando sentem que a falta de tempo impede os editores de apresentar um melhor trabalho na montagem da sua peça televisiva. O tempo escasseia e a hora do jornal aproxima-se. É o tempo de mais algumas decisões. A equipa tem que escolher; ou se queimam etapas e se assegura que a peça é editada a tempo, ainda que não seja a peça perfeita, ou arrisca-se uma edição mais cuidada com uma maior probabilidade de não estar pronta a horas, e desta forma ser excluída do Jornal Televisivo.

O tempo, cada vez mais curto, para a produção das notícias é um dos constrangimentos ao bom desempenho do jornalista (já referido por Jespers no capítulo anterior). Paralelamente o jornalista deve estar também a par das características exigíveis ao seu trabalho, impostas pelo diretor, editores ou coordenadores dos Jornais Televisivos.

Este é um dos clássicos constrangimentos jornalísticos. Existe ao longo dos tempos e em todas as formas de produção noticiosa. Nos dias de hoje ganha uma nova dimensão. Com o alargamento do espaço televisivo dedicado à notícia, há que maximizar a tecnologia e os recursos existentes à disposição dos editores de imagem. A facilidade concedida na utilização de bancos de imagens, cada vez mais sofisticados, de grafismos e animações de fácil produção, acabam por ser o refúgio natural para quem tem que “pintar”⁷ uma peça num curto espaço de tempo. Paradoxalmente também aqui se verifica por vezes que “a quantidade de informação tende a criar uma memória adormecida e uma inteligência relativamente passiva, ou mesmo uma «castração mental» nas palavras de Bernard Noel (...), ou seja, perde-se capacidade de abstração na superabundância da imagem” (Fernandes, 1999: 25).

Num ambiente de forte concorrência quer com outros canais, quer com novos meios, a contração do tempo é hoje muito mais premente. Até porque hoje o constrangimento do tempo assume variadíssimas dimensões. Os Jornais Televisivos são mais longos, logo o fluxo de

⁷ “Pintar” uma peça é um termo em jargão televisivo sinónimo de montar ou editar uma reportagem

trabalho é maior e as redações não cresceram proporcionalmente. A exigência de simplificação do produto final obriga a um trabalho redobrado (leva mais tempo a editar uma boa peça curta do que uma mais longa). De referir que o trabalho a ser editado terá novas características pelo facto de vir a ser utilizado em múltiplas plataformas dentro do grupo, e esses novos procedimentos consomem tempo. O facto de se ter de incorporar uma multiplicidade de elementos como o grafismo, animações 3D, legendas e por fim trabalhar o ritmo e a emotividade da peça, leva mais uns preciosos minutos. A somar a tudo isto a concorrência é muito maior, quer com os outros operadores televisivos quer com novos e ágeis canais de comunicação que povoam o ambiente mediático. O atual momento é porventura aquele onde mais se sente a pressão do tempo na produção jornalística televisiva.

Num direto também a pressão do tempo se faz sentir de forma particular. Como refere Philip Seib “um jornalista quando reporta um evento em direto, pode sentir-se compelido a ignorar deveres fundamentais, como corroborar os factos e fornecer o contexto. Essas tarefas demoram tempo, e a pressão para entrar em direto podem manter o jornalista preso ao microfone e à câmara, em vez de o libertar para descobrir mais do que uma fonte ou confirmar uma informação crucial” (Seib, 2001). Neste caso também o “agora” se impõe a qualquer outra ordem de prioridades. Como o autor mais à frente constata, “a teoria em muitas redações parece ser; se está a acontecer agora e podemos ter imagens em direto, então é noticiável” (Seib, 2001: 40). Esta realidade é tanto mais observada quanto maior for a pressão mediática no local do acontecimento. A justificação é que se se investiu tanto em meios técnicos e humanos na circunstância, então à que rentabilizá-los “levando-os à antena”.

2.10 - A importância da informação para a antena

Ou a criação da identidade do próprio canal

A importância e o peso deste departamento – a informação, dentro da estrutura dum canal de televisão é enorme. Numa primeira abordagem parece até exagerado. Se olharmos com alguma atenção os princípios enumerados por Mar de Fontcuberta quando analisa a dimensão socializadora dos *media*, percebemos melhor a sua importância e aceitamos o espaço que ocupa na organização. A autora enumera algumas necessidades básicas como as “cognitivas, de procura de informação, conhecimentos e explicações dos factos que ocorrem; as necessidades afetivas, onde o consumo de mensagens obedece a um desejo de viver com vivacidade as emoções e sentimentos, tal como o prazer estético produzido pelas obras artísticas presentes nos meios de comunicação; as necessidades de integração pessoal, para adquirir maior

confiança em si próprio e *status* pessoal; as necessidades de integração social, pois o ato de partilhar mensagens é um fator que facilita as relações sociais” e por fim a clássica e recorrente “necessidade de entretenimento e distração que liberta tensões criadas no trabalho ou nas relações sociais e familiares” (Fontcuberta *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 190). Em traços gerais, estes princípios caracterizam o atual cenário de consumo de *media* em Portugal e nas sociedades ocidentais em geral.

Diariamente, a informação televisiva em Portugal nos canais generalistas ocupa cerca de três horas de emissão, dividida em duas edições, uma à hora de almoço (13h) e outra à noite (20h), com a duração de 1:30h cada. Nem sempre os Jornais Televisivos tiveram esta duração mas o sucesso deste produto foi tal, que rapidamente os operadores portugueses o aumentaram com o necessário reforço da estrutura técnica e humana para dar resposta a uma máquina, que sendo complexa, se manifesta eficaz do ponto de vista de penetração e sucesso no sempre complexo e temível “Índice de *audiências*”. A situação portuguesa neste campo é claramente um caso de estudo face ao panorama europeu e mesmo mundial. De qualquer forma já Dominique Wolton caracterizara o comportamento da *audiência* televisiva, no fundo a chave deste “enigma”, não se dirigindo propriamente ao caso português, Wolton relembra que “o público é ao mesmo tempo, o mistério e o segredo eterno da televisão”, essencialmente pelo desconhecimento sobre as motivações das escolhas. Acrescente-se que, apesar desse desconhecimento, o autor não considera a *audiência* “passiva” e “irracional” (Wolton *apud* Brandão, 2005).

Na sua génese as televisões privadas provocam, como já vimos, um efeito de mimetismo na televisão pública, que ao sentir-se ameaçada tende a imitar a programação das privadas. Esta marcação cerrada em maior ou menor escala, tende a esquecer as obrigações de serviço público, e vem tornar muito idêntica a grelha dos três canais. Justifica-se por isso a observação do comportamento dos três canais generalistas.

Não é claro para já onde se encontra o potencial que impregna a programação informativa, chave do sucesso dos três canais.

2.11 - Os “atores” intervenientes nas notícias

O herói, o mito, a celebridade e os outros

Nos anos 20 o cinema e mais tarde a televisão, apercebendo-se da influência que os mitos exerciam nos seus públicos, inspiraram-se ou pegaram mesmo, em autênticos heróis da vida real, mitificando-os com o propósito de potenciarem a sua capacidade de penetração no

imaginário das *audiências* que os seguiam. Os maiores estúdios de cinema da época perceberam que grandes êxitos de bilheteira se deviam mais aos atores do que ao filme em si. Mais tarde as grandes cadeias de televisão também lhe seguiriam os passos. As pessoas consumiam avidamente tudo o que os ligava a esse novo mundo. Um processo que inicialmente as *indústrias audiovisuais* não controlavam. A aura que envolve o mito não tem uma fórmula definida. O processo não era simples e até hoje muito se discute sobre as técnicas utilizadas para se transformar um qualquer herói num mito. O mito era um ideal que se projetava numa pessoa mas cuja efetivação muito pouco dependia da sua ação. Nalguns casos a morte acelerava a ascensão a esse estado quase equiparável à divindade, James Dean ou Marilyn Monroe foram exemplos desse processo inerente ao emergente poder das *indústrias audiovisuais*.

Na televisão e especialmente na área de informação começam também a surgir os primeiros mitos. Inicialmente importados do mundo do espetáculo e depois criados dentro do próprio sistema (como políticos, jornalistas, empresários, cientistas, polícias, entre outros), a máquina apercebe-se do enorme potencial destes “seres especiais” junto das *audiências* e rapidamente implementa um sistema capaz de dar resposta a esta nova procura nascendo assim o “star system”, primeiro no cinema e mais tarde no mundo televisivo. Desenvolve-se uma rede de interesses e negócios em torno da exploração da sua imagem. A publicidade e propaganda são chamadas a dar uma ajuda. O caminho, embora com altos e baixos, é irreversível. A mistura de informação e entretenimento dificulta a ascensão de um simples mortal à categoria de mito. O ambiente mediático foi em tempos um patamar vital para se conseguir atingir o estatuto de mito, hoje deixou de o ser. Escasseando heróis a máquina do “star system” sente a necessidade de criar os seus próprios mitos e surgem assim as celebridades. Enquanto que o mito era construído pelo imaginário coletivo, a celebridade é então criada pelos *media*.

Com maior ou menor eficácia, indivíduos ou grupos são destacados como grandes defensores de causas só pelo seu grau de notoriedade. Numa reportagem televisiva de Angelina Jolie a visitar um campo de refugiados, pouco ou nada se fica a saber sobre o *campo* ou as suas condições, neste caso a imagem da atriz interpõem-se entre o telespetador e a realidade, inviabilizando a perceção do contexto. Mais uma vez a forma ganha um protagonismo que chega a esconder o próprio conteúdo. O material noticioso é editado não deixando espaço ao olhar “que pensa” fica-se preso à forma. Neste caso Angelina percorre aquele deserto como se de um cenário cinematográfico se tratasse, acompanhada por “figurantes” saídos de um qualquer dos seus filmes. Para a *audiência* pouco importa se o papel que desempenham tem ou não correspondência com a realidade, ou se é a própria realidade, ou ainda se é a própria atriz que está a representar. O que se recorda passados alguns instantes é a imagem da Angelina a

visitar um país ... para os lados de África ... não? - Como é que se chamava? ... São as questões que pairam na *audiência* no dia seguinte.

A perspetiva crítica que tenho em relação a este exemplo prende-se com o papel, conscientemente redutor, da atuação dos *media* em geral e das televisões em particular, porque o acontecimento não é “tratado” (na maioria das vezes) com o enquadramento devido, fica-se excessivamente preso à pulcritude da imagem. O próprio meio televisão não constrói a sua narrativa do acontecimento dando espaço à possível fuga para o “fora de campo”. A exceção vai para quem por distração (induzido por erro de edição da peça), prendeu o olhar a um lugar da imagem que que fazia apelo à palavra para lhe dar sentido. É claro que existem alguns casos que mostram situações opostas. Timor é disso um bom exemplo, pode até considerar-se um país nascido da força dos *media*, na forma como impuseram uma agenda, mesmo internacionalmente, como a foram alimentando, em suma como utilizaram todo o seu potencial direcionado para um pedaço de terra do outro lado Mundo. Utilizaram nesta causa técnicas já abordadas neste trabalho, especialmente a capacidade de envolver emocionalmente a *audiência* e aí, a imagem dos “acontecimentos no cemitério de Santa Cruz” repetida à exaustão, pode reclamar para si parte dessa “vitória”. Se aquele botão de “rec” não tivesse sido premido, questiono-me se Xanana Gusmão seria hoje um homem livre e Timor um novo país.

Nascem novos ritmos informativos, surgem os canais 24 horas de notícias e dá-se o confronto com a internet. O tempo é outro e a velocidade, somada à necessidade da nova máquina mediática, exige uma permanente busca por novos “atores”. A característica da ubiquidade dos *media* modernos não deixa espaço para a imaginação do público, impedindo-o de criar o seu próprio personagem. As *audiências* trocaram mesmo o seu ideal de herói pela possibilidade de seguir em direto a vida da sua celebridade como se vê pelo sucesso de projetos como o “Big Brother” para falar num dos mais conhecidos.

A informação também não podia perder a oportunidade de “fabricar” as suas estrelas. Numa primeira fase tal tarefa foi entregue aos pivôs (uns mais do que outros conseguiram algum grau de notoriedade na área). O telespetador não adotou essas propostas e desta forma as *estrelas* não chegaram ao firmamento. Sempre existiu em Portugal alguma aversão para se entregar um estatuto tão “elevado” a esta categoria de jornalistas. Se procurarmos saber quem os portugueses gostariam de ver como pivôs⁸, a resposta seria alguém do género masculino, na faixa etária entre 40 e 50 anos, o que contrasta claramente com o exemplo americano onde a preferência é dada a pivôs com alguma idade por de certa forma estarem identificados com

⁸ Perfil resultante de inquéritos efetuados por algumas estações de televisão em Portugal, tentando aferir qual a imagem que os portugueses gostariam de ver como pivô nos espaços informativos nacionais (2008).

alguma experiência de vida e isso conferir maior credibilidade às notícias que veiculam. Neste aspeto também Portugal foge à norma. Outro traço apreciado pela *audiência* portuguesa é alguém com ar cidadão, classe média alta denotando alguma serenidade na transmissão das notícias. Ora, tendo por base este perfil percebe-se que seja difícil num segundo momento conferir a um pivô com estas características um estatuto de “estrela”. Não conseguindo impor as suas “estrelas” através da apresentação logo se percebe que alguns “fazedores de opinião” eram escutados com mais atenção, respeitados e conseguiam até estatuto que lhes permitia potenciar o comentário como o ponto alto da emissão do Jornal Televisivo. O expoente máximo desta situação é a participação do Prof. Marcelo Rebelo de Sousa no Jornal das 8 de domingo da TVI. Apesar de inúmeras tentativas para ser “destronado”, tal ainda não aconteceu (como é evidente no resultado da amostra deste trabalho). As críticas a este novo espaço dentro de Jornal Televisivo, acaba por incidir no excesso de politização que ele aporta. Grande parte dos fazedores de opinião são políticos no ativo ou com funções suspensas. A grande proximidade que têm com os partidos políticos (fonte privilegiada para os seus comentários), não os descredibiliza face à *audiência*, sendo mesmo uma mais-valia pelo facto de aí recolherem grande parte da informação que posteriormente debitam em jeito de “cacha” nos comentários proferidos nos respetivos Jornais Televisivos. Tal é provado pelos elevados níveis de *audiência* que conseguem. Como tudo o que passa no ecrã nacional, também eles são alvo de acérrimas críticas por parte duma opinião pública que por não ter acesso direto a este *plateau* invoca a falta de pluralidade e equidade nos critérios televisivos. Consideram esses críticos, que os comentadores não são mais do que um conjunto de políticos “desempregados” à espera de uma oportunidade para voltar aos palcos da política. Quer os generalistas mas sobretudo os canais de cabo, estão “inundados” de vozes dos mais variados setores (sendo a política a mais representada). Miguel Sousa Tavares e Marques Mendes na SIC, José Sócrates e Nuno Morais Sarmiento na RTP e Marcelo Rebelo de Sousa na TVI, completam o painel principal. Um artigo do jornal Público⁹ referia que entre os 4 canais generalistas e os 3 de informação (SIC Notícias, RTP informação e TVI 24), Portugal tinha em antena de forma regular por semana 69 horas de comentários. A mesma fonte indica também que são 97 os comentadores com presença semanal própria. Em relação à presença destes comentadores diz António Teixeira Fernandes que “O seu impacto tende a ser tanto maior quanto mais afirmam a sua imparcialidade e carácter

⁹ Público (2013), "O império dos comentadores onde quem manda são os políticos", 12 de maio de 2013. Página consultada em 20 de Maio de 2013, acedida em <http://www.publico.pt/politica/noticia/o-imperio-dos-comentadores-onde-quem-manda-sao-os-politicos-1594179> Fonte: Marktes/mediaMonitor e GFK

apolítico. Conseguem-no através da cientificidade que procuram imprimir aos comentários de dados tidos como absolutamente objetivos e fiáveis, porque considerados indiscutíveis (...) a intervenção de profissionais especializados na interpretação e manipulação de elementos fornecidos pela comunicação social coloca os jornalistas numa pseudoneutralidade, que lhes possibilita uma intervenção natural no jogo político” (Fernandes, 1999: 15). Para Felisbela Lopes, nestes 20 anos, os pivôs preferiram falar com políticos e outros jornalistas. “Quem tomou o palco foi uma «espécie de confraria» que parece habilitada a falar de qualquer assunto”. Pierre Bourdieu citado por Felisbela Lopes defendia que “a TV só tem espaço para os *fast thinkers*, aqueles que pensam por ideias feitas” (Lopes, 2012). Outra constatação deste estudo é que estas vozes são, na sua maioria, oriundas de Lisboa e quando se expressam fazem-no da capital.

Quanto às peças que preenchem Jornais Televisivos, encontra-se um elevado número de notícias onde o cidadão anónimo assume o papel de “ator” principal. Com o argumento que se deve alargar o leque de protagonistas (após críticas de que os *plateaux* eram sempre ocupados pelos mesmos), dá-se lugar ao povo agora elevado ao estatuto de *estrela* de TV. Numa lógica que segundo afirma Felisbela Lopes, visava criar “a crença de que a troca dos lugares é possível. O ator televisivo deixa de ser o herói a que cada um aspirava para se tornar um ser igual ao telespectador que progressivamente vai assimilando a ideia de que cada um é herói não de um feito inacessível, mas de algo que possui: a sua própria vida” (Lopes, 2012: 17). Os argumentos, segundo as televisões são de três ordens; 1º - dar voz a quem durante tanto tempo esteve arredado do ecrã; 2º - como possuem uma linguagem mais simples conseguem chegar mais facilmente à *audiência*; 3º - contando o caso na primeira pessoa o espetador sente-se mais envolvido. Em termos práticos podemos constatar que a *audiência* perante estes múltiplos casos de personalização prende-se à história, ficando sem o distanciamento necessário para a abstração e reflexão. Entretanto-se com os pormenores não observando a integralidade do valor-notícia subjacente à *peça*¹⁰. Casos aparentemente diferentes mas que retratam as mesmas realidades. Por fim confere ao telespetador a falsa sensação que também ele tem lugar reservado naquele espaço supostamente aberto a todos. Quando na realidade, o ecrã, não faz mais do que se limitar a devolver ao telespetador a imagem da sua própria realidade.

¹⁰ Peça – jargão televisivo para o equivalente a um artigo de jornal.

2.12 - O que é e como funciona o sistema de audimetria

No contexto concorrencial que as empresas de comunicação vivem em Portugal, é determinante conhecer uma série de vetores que acabam por influenciar estratégias e a própria estrutura mediática. Por um lado é necessário que quem financia a atividade de comunicação social - os anunciantes com a sua publicidade paga - conheça em detalhe onde e como se pode potenciar a mensagem que se pretende transmitir. Por outro lado as próprias empresas de comunicação necessitam de perceber onde e como se poderá rentabilizar da melhor forma os espaços em antena que pode fornecer aos anunciantes. Este será à primeira vista, o objetivo dos estudos de audimetria que estão ao dispor dos *media* e dos anunciantes.

No entanto, a evolução da audimetria permite hoje uma gama de modos de ação por parte dos operadores que vão mais além do que o conhecimento genérico que se possa ter dos telespetadores, isto no caso específico da televisão, a que se reporta este trabalho.

Com base nos *índices de audiência* é hoje possível conhecer ao segundo o comportamento de quem assiste a um determinado programa de televisão, permitindo inferir os gostos e as escolhas feitas pelos telespectadores. Desta forma, quem decide consegue delinear estratégias de programação, que no fundo jogam pela captação de uma maior *audiência* face à concorrência.

No atual panorama é a empresa GFK¹¹ que elabora para a CAEM¹² os estudos de *audiências* em Portugal. A *audiência* é repartida por diferentes categorias que visam representar o universo sociocultural português, sendo o painel escolhido segundo os resultados dos censos de 2011. Os dados apresentados para a televisão em termos de audimetria são geralmente divididos em duas componentes, o *rating*¹³ e o *share*¹⁴, avaliados em termos de *audiência média*¹⁵, ponderados como uma média de espectadores que nos dita ainda por quanto tempo assistem a esse programa, ou seja, estabelece uma média determinada por quanto tempo está um espectador a ver o programa. Exemplo: Um espectador vê 15 minutos de um programa de uma hora, ou seja 25% e outro espectador vê a hora completa, 100%, logo a *audiência média* é de 62%.

- O **Rating** significa a percentagem de telespectadores que num universo tido como um todo está a assistir a um determinado programa televisivo. Ou seja, tendo em conta o total de

¹¹ Empresa internacional de estudos de mercado. Pode ser consultada em <http://www.gfk.pt/>

¹² CAEM - Comissão de Análise de Estudos de Meios. Grupo criado pelas televisões e anunciantes.

¹³ *Rating* - medição da *audiência* em termos percentuais tendo por base o universo total de lares com televisão.

¹⁴ *Share* - medição da *audiência* em termos percentuais tendo por base o número de telespectadores que estão a ver televisão em dado momento.

¹⁵ *Audiência Média* – contabilização da média de telespectadores ao longo da duração de determinado programa.

lares com televisão em Portugal, o *rating* indica quantos telespectadores estão a ver televisão e quantos estão a assistir a um determinado programa.

- O *Share* é determinado pela percentagem de pessoas que estão a ver um determinado programa de televisão, mas que se relaciona com o número total de telespectadores veem televisão num determinado momento e não com o universo total de lares com televisão.

Exemplo: o *rating* informa-nos que fatia de todas as famílias com televisão está a assistir a um determinado programa, neste caso 3 milhões de portugueses estão com o aparelho ligado num universo de 10 milhões, enquanto o *Share* indica a percentagem de quantos desses 3 milhões estão a ver determinado programa.

Estas são as duas componentes principais no apuramento dos índices de *audiência*, que é no entanto aprofundado com outras análises.

A GFK é em Portugal a empresa responsável pelo estudo das *audiências* televisivas e analisa um painel de 1100 lares em Portugal. O sistema utilizado usa reconhecimento de som para determinar que programação está o painel a ver, dados que são depois comparados com o registado por outro aparelho diretamente ligado à televisão e que grava o que é visto pelos telespectadores.

Com o aparecimento de dezenas de canais de cabo a situação é hoje completamente diferente. Existe uma série de plataformas onde os canais estão a ser exibidos. Plataformas que vão desde o cabo até ao IPTV¹⁶. Estamos numa era onde as pessoas não veem televisão como viam antigamente. Nos anos 60 e 70 dizia-se que a Televisão estava a destruir o “ambiente familiar”, quando a realidade mostrava um lar com um ou dois aparelhos de TV e a família reunida em torno dela. Era portanto algo que juntava a própria família que vendo o mesmo programa tinha à partida garantido um tema de conversa comum. Hoje, isso não acontece, com vários aparelhos espalhados pela casa dá-se o “fenómeno da segmentação dos públicos”. Cada membro da família procura e vê programas completamente distintos. Há que introduzir ainda a questão do *time-shifting*, que permite aos telespetadores escolherem o momento em que querem ver um determinado programa. Atualmente, já não existe para quem tem acesso a esse serviço tecnológico, uma ideia de programação linear. O paradigma está a evoluir para uma noção de *my time*, em que o telespectador tem cada vez um maior controlo sobre os conteúdos a que pretende assistir, definindo não só os conteúdos mas também sobre os momentos em que consome televisão.

¹⁶ IPTV – Receção do sinal de televisão através de linha telefónica e com protocolos de dados semelhantes à internet.

Este é um desafio para a audimetria, para as empresas de comunicação e para os anunciantes. Os dados refletidos pelos estudos de *audiência* são assim uma forma de orientar uma estrutura de programação centrada no consumidor. Os novos usos que os telespectadores fazem da televisão tem orientado também a venda de espaço publicitários, desenhado já não pelo tempo que o anúncio ocupa em antena, mas sim pela quantidade de visionamentos que ele obtém. Este conhecimento sobre as *audiências* traz consigo, no entanto, riscos para a televisão em especial na vertente informativa. A disponibilidade da informação de forma tão detalhada pode impelir os decisores a convergir em temáticas orientadas apenas na captura de *audiências*, descurando porventura o bem público que é em si a informação noticiosa para a salvaguarda da sociedade democrática. Essa é uma realidade que pode ser discernida na contaminação da informação pelo *infotainment*, e na sobrevalorização dos conteúdos de informação-espetáculo.

3 - O TEMA DO ESTUDO

3.1 - Breve Historial dos três canais generalistas e respetivos Jornais Televisivos

Com a publicação da lei que permitia a criação dum serviço de televisão, a 15 de Dezembro de 1955, nasce oficialmente a RTP - Radiotelevisão Portuguesa. Entre as muitas determinações legais já lá aparecia a figura de um comissário do Governo, para fiscalizar a atividade da estação. A 4 de Setembro de 1956 no lugar onde então funcionava a feira popular, faz-se a primeira emissão de televisão em Portugal.

“Vai o povo de Lisboa tomar o primeiro contacto com uma das maiores invenções que até hoje o Mundo viu, vai conhecer os recursos de que a RTP dispõe para, daqui a meses, iniciar, de forma definitiva, o serviço público de radiotelevisão. Vai ter um passatempo agradável e inteiramente gratuito; e, como é natural, sentir o desejo de se apetrechar com recetores para o dia, já tão próximo, em que os cinco emissores, em cadeia, levem à maior parte do País, à maior parte da população, um dos grandes benefícios que lhe podiam ser dados: o de conhecer, pela vista e pelo ouvido, tudo o que no Mundo se passa e pode servir para a elevação do seu nível cultural e educacional e para o seu recreio.”¹⁷

Apesar de críticas vindas de alguns setores mais exigentes, quanto à função do serviço público da RTP, não deixa de ser interessante a inscrição de princípios básicos (entretenimento, “transmissão de conhecimento” e universalidade de acesso) que haveria de persistir até aos dias de hoje. O facto de operar em monopólio e sob grande controlo do regime impediu que se cumprissem outros princípios também já enunciados na notícia d’ “O Século”; - “passatempo agradável e gratuito”, e uma programação que lhe permitisse ver e ouvir “tudo o que no Mundo se passa e pode servir para a elevação do seu nível cultural e educacional e para o seu recreio”, algo que talvez não se tenha concretizado em pleno até ao aparecimento dos canais privados. Depois desta emissão experimental a RTP efetuou uma serie de “emissões-ensaio”, ou seja a cobertura de eventos dos quais se destaca a visita da rainha Isabel II a Portugal, em fevereiro de 1957. Nesta ocasião produziram-se vários documentários sobre a família real e fez-se um programa especial sobre as relações entre Portugal e o Reino Unido. O começo das emissões regulares dá-se a 7 de Março de 1957. 10 anos mais tarde, em maio de 1967, é uma RTP já

¹⁷ Extrato do jornal “O Século” de 27.8.1956 segundo informação publicada no *site* da RTP – 50 anos de história. Página consultada em 28 de maio de 2013, disponível em <http://213.58.135.110/50anos/50Anos/Livro/DecadaDe50/RTPEstreiaNaFeira/>

implementada no território nacional que fará a transmissão da 1ª visita dum Papa a Portugal – Paulo VI visita Fátima por ocasião da comemoração dos 50 anos das aparições. Foi das maiores produções televisivas feitas até então. Dezenas de técnicos portugueses com ajudas pontuais de congéneres espanhóis, italianos e franceses conseguiram montar com êxito esta operação, a avaliar pelo impacto que teve na altura a integral cobertura do evento.

Aqui a televisão começa já a impor-se no cenário audiovisual nacional e a mostrar as suas capacidades. Dias depois dar-se ia outra etapa marcante – a transmissão da final da Taça dos Clubes Campeões Europeus de Futebol, entre as equipas do Celtic e do Milão. Depois da religião era agora a vez de o futebol entrar em campo. Durante décadas, estas duas áreas – religião e futebol, configuravam o recém-criado panorama audiovisual português e mostravam já as potencialidades dos temas. Chega o 25 de abril de 1974 e uma pequena revolução dá-se também na RTP. Apesar de “cinzenta”, a emissão que se fazia ainda a preto e branco, estabelecia já uma forte ligação com a sua *audiência*. Embora profundamente alterada também ainda não foi desta que a “liberdade passou por ali” e a RTP continua a ser alvo de controvérsia.

30 anos passados desde o seu aparecimento, a RTP percebe que novos ventos sopram na renovada sociedade portuguesa e lança dois formatos que acompanhariam essa alteração. Como refere Isabel Ferin Cunha num artigo intitulado “A revolução da Gabriela: o ano de 1977 em Portugal” formatos como “a visita da Cornélia (um concurso-*reality show*) e a telenovela Gabriela, Cravo e Canela, (...) alterarão o percurso da televisão em Portugal ao mesmo tempo que anteciparão e simbolizarão a emergência de uma nova sociedade e estilos de vida centrados no consumo e nos *media*.”¹⁸. A *audiência* ávida de novas histórias revia-se nesta configuração e seguia pela televisão, quer no entretenimento quer mesmo na informação, estes novos “atores” do mundo audiovisual. Este mesmo potencial já Jorge Amado tinha encontrado anos atrás na longínqua cidade de Ilhéus. A *audiência* revê-se naquela sociedade e naqueles personagens que habitando um lugar de outra dimensão espaço-temporal, estão afinal tão perto das suas vidas e isso explica o êxito como refere Ferin no mesmo artigo “Porque, essa é, no fim de contas, a mais importante função da arte: mostrar às pessoas que elas são mais parecidas entre si, mais profundamente solidárias umas com as outras, do que às vezes se dão conta.” Assim aconteceu com o entretenimento e mais tarde com a informação.

Em 1980 chega a cor e o povo ao ecrã. Arredado desde o início por razões essencialmente culturais, pensava-se que o cidadão comum pouco teria para revelar e se o

¹⁸ Artigo consultado no *site* ESTUDO GERAL - Repositório digital da Universidade de Coimbra. Página consultada em 28 de maio de 2013, acedida em <http://hdl.handle.net/10316/15540>

fizesse seria desinteressante para a “exigente” *audiência* televisiva. Tal ideia não estaria mais longe da verdade. E as privadas que chegariam em 1992 (SIC) e 1993 (TVI) iriam prová-lo rapidamente.

O balanço do aparecimento dos canais privados é globalmente tido como bastante positivo. Com o fim do monopólio do serviço público surgem conteúdos mais diversificados, a informação é mais pluralista.

A SIC surge com um forte investimento na área informativa, quer na contratação de alguns “pesos pesados” do jornalismo vindos essencialmente da TSF (na altura uma rádio de grande dinamismo e forte presença na reportagem), quer no apetrechamento tecnológico da estrutura informativa e por fim com o tempo de antena dedicado à informação que chegou a ser o dobro do oferecido pelos seus concorrentes RTP e TVI (segundo dados da Marktest). Aliás o “singular” fenómeno da longa duração do Jornal Televisivo português tem aqui a sua génese. Os Jornais Televisivos da SIC começam com uma duração de 50 minutos (e assim permanecem até 1997), vão aumentando progressivamente atingindo em 2000 cerca de 69 minutos de duração. Em setembro de 2000, com os vários ajustamentos fruto da “revolução” provocada pelo aparecimento do programa *Big Brother* na TVI, o “Jornal da Noite” volta a ter valores que rondam os 52 minutos de duração. Nos anos seguintes volta situar-se nos 70 minutos de duração, valor que vai aumentando até se situar nos valores médios apurados neste trabalho que se situam em 1 hora e 26 minutos de duração média diária do “Jornal da Noite” da SIC. A utilização de um “estilo SIC” que se pode traduzir num cuidado acrescido com o tratamento da imagem e som e numa postura mais “agressiva” e irreverente face ao tratamento noticioso, marcou o canal desde o seu nascimento. Uma linguagem preparada para chegar a um maior número de telespetadores, de forma a envolver um leque mais variado de camadas socioculturais até aí arredadas do ecrã. Paralelamente a preocupação com a cenografia, nomeadamente a utilização cromática com tons mais “quentes” e transparências trazidas pelo vidro e pelo acrílico conferem um ar mais *clean*, que com um moderno desenho de luz oferece ao telespetador um novo *plateau*. A diferença era enorme e a jovem *audiência* rapidamente adere a um modelo que contrastava claramente com uma RTP que com a sua pesada estrutura demorava a reagir neste contexto de clara concorrência. É colocado o *ticker*¹⁹ no renovado ecrã. A componente humana acompanhava toda esta dinâmica, desde a Administração, à Direção de Informação, editorias, jornalistas, repórteres de imagem, produtores, editores e a face mais visível – o pivô, completam o “quadro”- neste caso o retângulo mais visível da caixa que já

¹⁹ Notas que vão passando em rodapé, com a função de reforçar ou acrescentar informação ao bloco informativo.

tinha mudado o mundo. Com um jornalismo “agressivo”, irreverente, com protagonistas mais novos, utilizando uma linguagem audiovisual arrojada e apelativa, o jornalismo da SIC ganha um lugar de destaque na informação portuguesa e transforma-se na imagem de marca de toda a estação. Neste caso, foram os protagonistas do espaço público existente na época que tiveram de adaptar-se a este novo estilo. O cuidado que a classe política começou a ter com a imagem, coisa que até aí não acontecia, é um sinal desses tempos.

Nesta altura, os *media* e particularmente a televisão eram os locais de excelência para se intervir no espaço público porque era também ali que se formava a opinião pública. Paralelamente são os locais onde se joga o papel da política, da manipulação e se sente com mais intensidade a pressão social.

Conscientes da sua importância – o que é transmitido nos Jornais Televisivos passa de imediato a figurar na agenda de qualquer português – os canais privados ganham rapidamente um lugar de destaque no panorama nacional de comunicação, para o qual eventualmente não estariam preparados. Neste sentido pode afirmar-se que o que se passa no país é o que passou no Jornal Televisivo que terminou. Mimeticamente seguidas pelo canal público, as televisões “observam” que os portugueses, no dia seguinte, sentados à mesa dum qualquer café, passam a discutir os temas apresentados na véspera durante o jantar através da tal “caixa”. Avaliam pontos de vista (normalmente dos protagonistas das notícias), e seja qual for o tema ou a sua profundidade emitem sempre uma opinião (quase sempre “caixas de ressonância” de opiniões escutadas na véspera). Percebe-se então que a importância dum Jornal Televisivo é pois muito superior à soma das suas peças. Nunca por cá se cumpriu a clássica teoria atribuído aos meios de comunicação, “a rádio diz, a televisão mostra e o jornal explica”. O “pragmatismo” latino especialmente na sua “apática” vertente atlântica, rapidamente “queimou” etapas e contentou-se com este produto simples mas eficaz para saciar a sua enorme mas pouco profunda sede de informação e adotou o Jornal Televisivo para cumprir tão elevado desígnio. Só isto pode justificar a meteórica ascensão dos canais privados face ao operador público (considerado como um caso de estudo a nível mundial).

A TVI, o 2º canal privado, começa a operar um ano depois da SIC, mais propriamente em outubro de 1993. O seu arranque foi o oposto do seu concorrente privado. Nascida dentro da estrutura ligada à Igreja católica é detida por entidades tão distintas como a Rádio Renascença, a Universidade Católica Portuguesa e o Santuário de Fátima. Em 1997 o grupo Media Capital compra parte da TVI e em 2005 é a vez dos espanhóis do Grupo Prisa se tornarem acionistas maioritários. Uma referência para o peso deste grupo empresarial espanhol com variadíssimas ligações a grupos de comunicação social em Espanha, Portugal e na América

Latina tendo como seu administrador não executivo Juan Luís Cebrián, jornalista, académico e escritor com obra publicada na área da comunicação e mais especificamente no jornalismo.

O início foi feito de alguns equívocos que condicionaram claramente a afirmação do jovem canal. Administrações e Direções prosseguiram políticas e projetos de duvidosa eficácia (mesmo para a época), como a criação duma rede própria de emissores e a transmissão em 16:9, só para referir dois exemplos que custaram milhões em euros e *audiências* ao antigo canal da Igreja.

No que toca à informação, o caminho também não foi menos tortuoso. Começando com um noticiário que claramente não conseguia bater-se com a forte concorrência das 20 horas, rapidamente altera o formato criando um “Direto XXI” (transmitindo às 21h) tentando recolher desta forma a faixa de portugueses que não conseguiria ver os Jornais Televisivos da 20 horas. Esta estratégia não resulta e é aqui que surge o “Jornal Nacional” e a comprovação de que apesar de não estarmos perante uma ciência exata, pode, com uma estratégia ajustada, alterar-se o panorama televisivo seja ele qual for.

Aqui convém referir alguns nomes incontornáveis na história da televisão em Portugal. Começando pela SIC é importante destacar um nome que corporiza essa profunda mudança de paradigma - Francisco Pinto Balsemão – pela experiência, pertinácia e capacidade de antever as grandes alterações que o ambiente comunicacional traria a um Portugal apático. Numa área que se encontrava em plena explosão, ele soube compreender o presente e implementar um sistema capaz de responder às exigências dos tempos. Criando um produto diferenciador, em todas as áreas, a SIC passa a liderar o horário nobre ao fim de três anos, apesar de ter que lutar contra este espírito mais “avesso à mudança” do povo português. Emídio Rangel é o homem que consegue dar corpo a esse ideal e o terceiro nome a destacar é o de José Eduardo Moniz que num determinado momento aproveitando um trunfo que a SIC desvalorizaria, chamado *Big Brother*, implementaria uma estratégia capaz de inverter os maus resultados da estação. Como salienta Felisbela Lopes “a reboque do sucesso de *audiências* do *Big Brother* assistiu-se também na TVI a uma mudança na informação que se traduziu exatamente na tentativa de aproximação do espectador. O *Jornal Nacional* abriu as portas para a redação, a temática nacional impunha-se, assim como as reportagens sobre a vida quotidiana, dando primazia a fontes vindas do cidadão comum e valorizando o registo emocional” (Lopes, 2012), este foi o caminho traçado por Moniz que viria a dar frutos, passando a TVI a liderar o dia, facto que até então nunca tinha sucedido. Na altura a SIC considerou que nenhum produto seria capaz de bater a força da sua informação e a hegemonia das novelas da Globo que imperavam no *prime-*

time da estação e recusou o produto que alteraria até aos dias de hoje o cenário televisivo português.

Por oposição a um *Telejornal* muito “fechado” onde só entrava uma elite lisboeta que imponha a sua particular visão do país, os novos canais impõem uma dinâmica de confronto direto. Aqui também os privados inovaram abrindo o leque de “atores” intervenientes nos Jornais Televisivos às vezes até com algum exagero no que toca ao grau de importância que se atribuía a certos protagonistas na produção da peça noticiosa.

Como já se viu, até aos anos 90, a excessiva governamentalização da estrutura levava à nomeação sucessiva de administradores, diretores de programas e de informação por parte dos governos, o que contribuiu para o descrédito do canal público especialmente na frágil área da informação. A RTP sempre manteve um relacionamento estreito com o poder. Os nomeados para cargos de administração ou direção, especialmente no pós-25 de abril, eram assumidamente elementos da confiança política dos executivos vigentes. Essa marca perdurou até aos dias de hoje. Mesmo após o surgimento das televisões privadas em Portugal e com as alterações impostas pela lei da televisão esse estigma não desapareceu. A RTP mantém até hoje uma imagem de um canal desacreditado, instrumentalizado, ingovernável e despesista. Fruto de vários interesses, estas marcas teimam em não descolar e o canal público continua a ser utilizado como arma de arremesso na disputa política entre Governos e oposição. Por outro lado, as televisões privadas são também criticadas pela sua grande dependência do poder económico. Argumentam que trabalham em função das *audiências* mas a opinião pública mantém até aos dias de hoje esse rótulo de televisões viradas para o mercado, nivelando por baixo a programação e a própria informação. É neste cenário que continuamos - a grande dependência política e económica caracterizam o setor e num contexto de aguda crise económica global os sinais são ainda mais desanimadores.

Questão cada vez mais atual é o de saber qual o papel da informação nesta encruzilhada, compactada entre a política e o mercado?

3.2 - O Jornal Televisivo – breve caracterização

Quer seja por tradição ou simples hábito quotidiano, o facto é que todos os dias, às vinte horas, 3 milhões de portugueses se sentam para ver o que aconteceu no “país e no mundo” durante esse dia, segundo indicam estudos de mercado²⁰.

Para Jaspers “O telejornal é antes de tudo uma obra coletiva onde a responsabilidade do jornalista é difícil de circunscrever” (Jaspers, 1998: 50). Adiante considera o mesmo autor que o jornal televisivo pode ser “um género em si, com as suas próprias regras de seleção – hierarquização, estruturação, narrativa, mediação etc.” (Jaspers, 1998: 175).

O alinhamento do Jornal Televisivo tende a seguir as orientações de qualquer outro meio de comunicação social. O assunto mais importante será transmitido logo na abertura. Seguem-se outros de grande relevo sendo o restante alinhamento agrupado por temas, como sociedade, economia, internacional, cultura, desporto, etc. Na parte final são abordados assuntos mais “ligeiros” ou mesmo *faits-divers*.

Segundo responsáveis pelos Jornais Televisivos, a ideia é deixar para o fim assuntos mais “positivos” com o objetivo de aliviar a tensão acumulada ao longo do noticiário. A este propósito, Jean-Jacques Jaspers defende que ao contrário do que é feito, deveriam ser as notícias mais importantes colocadas no início e na parte final do noticiário. Isto porque, defende o autor, são as primeiras e as últimas notícias que são melhor memorizadas pelos telespectadores. Todas as outras necessitam de um tratamento cuidado e uma abordagem simplificadora pois como mais à frente completa “nada é mais fugaz e frágil do que a transmissão de informações pela televisão. Quanto mais complexa é uma informação mais facilmente é esquecida” (Jaspers, 1998: 91). Seja por vincado traço idiossincrático ou simples habituação, o facto é que o telespetador centra a sua atenção na abertura e a partir daí alinha num decrescente interesse que culmina com a entrada no bloco de puro entretenimento - as novelas televisivas.

Um formato utilizado ao longo de décadas (quer em Portugal ou no estrangeiro), o Jornal Televisivo acompanha-nos ao jantar, deixamos que nos conte as novidades, ouvimos e seguimos o seu olhar, espreitamos sob as suas perspetivas e aceitamos aos seus vereditos. Resumindo, discutimos a sua própria agenda esquecendo a nossa.

Nesta situação torna-se vital o trabalho de seleção das notícias que serão contempladas com a sua presença no alinhamento do jornal e conseguem chegar ao seu destino - a exibição em antena. Seguindo este princípio, a produção do Jornal Televisivo não se afasta do desenho

²⁰ Segundo dados da GFK/CAEM a *audiência* média dos 3 Jornais televisivos (*Telejornal, Jornal da Noite e Jornal das 8*) no dia 22 de maio de 2013 foi de 3,1 milhões de telespectadores.

que possa cumprir na íntegra esse propósito. Instrumento imprescindível dentro desta lógica foi a criação dum sistema de medição do “*índice de audiências*”. O sistema existe em Portugal há cerca de 20 anos e serve para aferir até que ponto se cumpre esse “vital” objetivo da televisão nos dias de hoje – saber quantos e quem vê, o quê e durante quanto tempo. É por esta razão que na área política, os “atores” são instigados a produzir os famosos *sound bites* diários pois sabem que a máquina televisiva vive com este constrangimento de reduzir a segundos, questões que levariam horas a explicar.

Estas e outras inquietações continuam a pairar. Por que gastamos parte substancial do nosso tempo, cerca de 90 minutos por dia, com ele? Por que partidos políticos, governos, responsáveis de vários setores da atividade humana, líderes das mais variadas áreas, continuam tão interessados na tentativa de controlar os serviços de informação dos canais públicos e privados?

3.3 - JT - local de eleição para quem quer dominar o espaço público

Numa área plena de incertezas há constatações que por tão evidentes não levantam qualquer dúvida. Uma delas é claramente enunciada por Farré quando defende que “o noticiário continua a ser um género privilegiado na construção e contínua reconstrução do espaço público” (Farré *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 347). Neste contexto torna-se incontornável incluir o Jornal Televisivo no fórum de discussão direcionado a todos os agentes que nele atuam; jornalistas, líderes de opinião, agências de comunicação, políticos, académicos, *audiências*, em suma todos os intervenientes que direta ou indiretamente estão ligados a essa área. Deve empreender-se um enfoque especial na forma como o Jornal Televisivo interage com o espaço público.

Uma das razões para que se continue a considerar a grande importância que o Jornal Televisivo ocupa no espectro da televisão em Portugal, é a qualidade que os vários agentes lhe reconhecem como elemento potenciador de conferir grande visibilidade no espaço público aos seus “atores”. Essa qualidade resume-se na visão que Geoff Mulgan enuncia como sendo a boa “capacidade em responder aos interesses da sociedade e das *audiências*, um critério seguido sobretudo por comunicólogos e *marketeers*; a exploração da linguagem na direção da inovação; a função pedagógica dos conteúdos e veiculação de valores morais e a capacidade de dar voz e dar vida a experiências diversas”. Por aqui se pode compreender a dificuldade em definir o que é qualidade em televisão, mas diz Mulgan, “que a riqueza e a ambiguidade da palavra qualidade pode ser vista como uma virtude e não como um problema”. (Machado *in* Borges e Reia-

Baptista, 2008). A definição do que é qualidade tem sido outra das eternas discussões no mundo da televisão. Aqui reveste-se de particular complexidade porque em televisão a maior qualidade implica, muitas vezes uma redução da *audiência*. Neste quadro “a tentativa de salvar o doente, pode levá-lo a sucumbir por asfíxia” (pelas baixas *audiências*).

3.4 - O objeto de estudo

O Jornal Televisivo das 20h nos três canais generalistas

Este trabalho tenta dar resposta a uma série de “inquietações” que diariamente surgem quando se “consome” informação televisiva nos JT’s de *prime-time* em Portugal.

Para tal, seguiu-se de perto esse polémico produto, amado e criticado, superficial ou nem tanto, que nos mostra “novidades” conhecidas, ou “realidades” inexistentes, o mais visto e ignorado – o Jornal Televisivo das 20 horas nos canais generalistas portugueses. Num primeiro olhar seguimos a ideia defendida por Marion, “os Jornais Televisivos são encontros quotidianos em que a uma hora determinada nós somos convidados à messe da informação” (Marion *apud* Brandão, 2005: 130). O que aconteceu para se aceitar sem “discussão” este convite? Partindo desta abordagem mais simplista, ou construindo uma teoria mais elaborada, o que é facto é que o Jornal Televisivo é um acontecimento incontornável no panorama da televisão nacional, rivalizando em percentagem de *rating* com os blocos líderes - as novelas e as transmissões futebolísticas²¹.

À partida com a escolha deste produto específico, o Jornal Televisivo de *prime-time*, em detrimento de outro, pretende-se anular ou minimizar alguns constrangimentos associados à produção dos jornais da hora de almoço. Em circunstâncias normais, o jornal das 20 horas tem o tempo suficiente para ser produzido. Pode ser pensado, planeado, definido, discutido, realizado, editado e apresentado sem os terríveis constrangimentos do seu congénere das 13 horas. Não está tão dependente do “contrarrelógio” e da escassez de novas matérias, como acontece com os jornais da manhã, ou das “requeentadas” reposições das peças informativas dos jornais do *late night*²². Os Jornais Televisivos do horário nobre têm adstritos à sua estrutura um quadro de profissionais dos mais experientes e qualificados que as estações dispõem. Possui meios técnicos, humanos e financeiros à sua ordem, capazes de responder às exigências de tal produto. São no fundo estas as razões que levaram à escolha do Jornal Televisivo específico do horário de transmissão mais importante do dia (*prime-time*), como objeto de estudo.

²¹ Ver quadro nº 8 - 15, pág. 119 – 126 – deste estudo.

²² *Late Night* – conceito que designa o bloco de programação noturno que sucede ao horário nobre.

Despojando-nos de aspetos perturbadores da nossa análise, que normalmente pelo ruído que provocam nos impedem de ser mais conclusivos, podemos assim, concentrarmo-nos nos pontos centrais do objeto – o Jornal Televisivo das 20 horas.

Neste caso centrou-se o foco na avaliação de diversas variáveis das quais se destacam o peso dos vários intervenientes nas peças, o tempo e grau de relevância que é dado a cada um, qual o papel da *vox populi* no cômputo do Jornal Televisivo, entre outros. Ainda em relação ao conteúdo pretende-se analisar quais os temas mais recorrentes e que formatos são mais utilizados assim como a duração de cada um, medindo o tempo ocupado por cada assunto (editoria). Que formas utilizam para “embrulhar” determinada notícia. Que peças abordam direta ou indiretamente a atual crise, que influência esta teve nas restantes peças, nos “atores” ou no próprio alinhamento do JT. Quais os temas que fazem o pleno dos três jornais. E por fim uma análise comparativa da estrutura de cada Jornal Televisivo. Em suma pretende-se sistematizar o processo que está na génese do Jornal Televisivo das 20h.

3.5 - Estruturas envolvidas diretamente na produção do Jornal Televisivo

A descrição dos responsáveis e respetivos departamentos é idêntica nos três canais analisados. Pequenas variações de denominação e grau de responsabilidade de cada estrutura é tão reduzida de caso para caso que para uma mais eficaz perceção da máquina como um todo é preferível adotar tal posição.

Como responsável máximo aparece o cargo de Diretor de Informação, a sua função é de responsabilidade total sobre a estrutura de informação do canal. As diferenças estão no grau de participação e na maior ou menor delegação de poderes, essencialmente para com os diretores adjuntos, que possa fazer. Apesar do estudo não pretender particularizar ou comentar o nível de participação de cada um dos responsáveis, ainda assim ficam aqui descritos os nomes dos Diretores de Informação de cada estação no período em que foi efetuado o “trabalho de campo”; Paulo Ferreira na RTP, Alcides Vieira na SIC e José Alberto Carvalho na TVI. Por inerência têm assento no “Conselho de Redação” da respetiva estação, um órgão existente em todas as estruturas jornalísticas (já teve maior importância embora ainda hoje cumpra globalmente o seu papel – a consciência viva do espírito da redação). Com um contacto estreito surge um grupo de diretores adjuntos, cuja função é coadjuvar o diretor em áreas específicas (desde a responsabilidade direta por alguns dossiês, chefia de áreas como por exemplo o online ou canais temáticos entre outros). Depois surge o coordenador do jornal, responsável por recolher todas as indicações saídas das reuniões do jornal (normalmente é feita uma ao fim da manhã e outra

por volta das 15h.) e operacionalizar no terreno as várias equipas destacadas para a produção de material a ser emitido no JT. O papel e grau de responsabilidade do coordenador foi o que mais alterações sofreu ao longo dos vários anos, oscilando entre uma responsabilidade quase total, caindo no lado oposto de mero operacional que se limitava a gerir na *régie*²³ o material que ia chegando à “linha”. Atualmente nos três canais a sua responsabilidade encontra-se numa zona intermédia, tem por exemplo a última palavra no que toca à “terrível” decisão de escolher o que fica abaixo da “linha negra”²⁴, no fundo é quem em última análise decide o que a sua *audiência* vê naquele dia. Esta decisão baseia-se num conjunto de determinações instituídas previamente pela estação e aqui a sua experiência é determinante para que a decisão se venha a verificar acertada. Corporiza porventura o clássico papel de *gatekeeping* embora toda a redação sinta também como sua esta responsabilidade. É quem terá que dominar a complexidade operacional entre o jornalista (a sua primeira condição) e a capacidade decisória de resposta às diversas solicitações, tomadas sempre num curto espaço de tempo. De qualquer forma apesar da multiplicidade de procedimentos e da complexidade do lugar, Shoemaker defende que no fundo, as rotinas instauradas nas estações têm que preocupar-se essencialmente em responder a três questões fundamentais “1º - Saber o que é aceitável para o consumidor (*audiência*)?; 2º - O que é que a organização é capaz de processar?; 3º - Que produto está disponível por parte dos fornecedores (fontes)?” (Shoemaker e Reese, 1996: 104), com estas respostas ficam salvaguardados os desígnios do Jornal Televisivo.

Seguem-se os responsáveis editoriais. Normalmente as editoriais existentes nas respetivas direções de informação televisiva são: a *editoria de política, sociedade, economia, cultura, internacional e desporto*. Os respetivos chefes decidem que temas se devem discutir e posteriormente escolher para figurarem no alinhamento do Jornal. Têm a responsabilidade direta pelas suas áreas o que não quer dizer que nas reuniões de planeamento dos JT's não intervenham noutros setores. É de salientar que essas reuniões se caracterizam por um ambiente de amplo, franco e são debate de ideias. Nas discussões entrecruzam-se diversas sensibilidades com o objetivo de se tomar a melhor decisão. A redação é o local onde operam todos estes intervenientes; jornalistas, repórteres de imagem, editores, produtores e outros profissionais relacionados com a produção noticiosa. Daqui destacam-se os jornalistas que em última análise trabalharão as notícias até à sua inclusão final no *server*²⁵. Aos jornalistas da redação juntaremos a rede de correspondentes e colaboradores nacionais e internacionais, assim como

²³ Régie – local técnico onde se controla a emissão de televisão.

²⁴ Conjunto de peças que estando previstas para emissão, não irão para o “ar”, por falta de tempo no JT.

²⁵ *Server* ou servidor - local onde são alinhadas as peças a ser emitidas.

um conjunto de especialistas que são chamados a clarificar questões mais técnicas, relacionadas com a sua área. Estes jornalistas não são meros executantes das decisões emanadas da reunião de jornal, são muitas vezes chamados a opinar sobre as peças que irão trabalhar, verificando-se a ideia defendida por José Manuel Fernandes quando afirma que “a seleção e edição das notícias goza ainda que com limites e constrangimentos, de uma autonomia e liberdade dentro das redações, e como tal, dois jornalistas enquadrados na sua sociologia pessoal e sistema de valores não escrevem da mesma forma sobre uma notícia, assim não é fácil por isso determinar a «verdade do jornalismo», da mesma forma que temos dificuldade em estabelecer uma «verdade histórica» ou uma «verdade sociológica»” (Fernandes, 2011). Tal facto é facilmente constatável quando comparamos duas peças de dois canais concorrentes ou ainda quando conseguimos perceber a diferença de uma peça, dentro da mesma estação, quando ela é realizada por determinado jornalista.

Temos em seguida a equipa de produção que tem como principal função manter-se em contacto com as equipas no terreno, fazendo a ponte com o coordenador e agilizando procedimentos por vezes necessários (contactos com entidades, pedidos de autorização, recolha de imagens no arquivo, incorporação do grafismo, assim como um vasto leque de processos técnicos para que nada falhe às 20 horas). Por fim o pivô, conhecido por ser o rosto do jornal, tem um papel que sendo mais formal do que de conteúdo não deixa de ter uma importância acrescida. O seu grau de distanciamento em relação ao material que está a ser produzido, permite-lhe uma visão menos apaixonada o que pode ajudar a equilibrar tensões naturais quando “várias cabeças” se envolvem em torno de um “objeto comum”. Aqui também se manifesta de certa forma com algum peso o papel de último *gatekeeping* do jornal. Diretamente afina os textos de lançamento das peças, ajustando-os ao seu estilo próprio. Estilo que como defende Jaspers funciona como “elemento de homogeneidade de um telejornal cada vez mais heterogéneo; ele é o agulheiro de uma estação onde os temas de informação se «encaixam» cabendo-lhe a ele retirar ou não daí um sentido” (Jaspers, 1998: 179). A montante e a jusante encontramos uma série de departamentos cujo grau de intervenção não sendo tão perceptível é de extrema importância. Um novo destaque para o arquivo (local onde estão armazenadas todas as imagens e peças já produzidas pela estação) e o grafismo departamento que elabora elementos que visam simplificar a informação a transmitir. A equipa de tradução e legendagem é mais um dos gabinetes que trabalha em estreita relação com a produção. A equipa de editores de imagem; responsáveis por “montar” (editar) as peças que dependendo do ritmo de edição e criatividade podem fazer a diferença num JT. O atendimento é um departamento que recebe do exterior todo um conjunto de informações através do contacto com telespetadores, instituições

ou personalidades. Estes “simples” telefonemas ajudam a conferir uma informação, a melhorar uma peça, a corrigir um detalhe e em última análise a aferir a receção de determinada notícia. A central técnica que tem como função gravar material proveniente das cadeias internacionais, dos envios nacionais e dos locais onde há equipas fixas (assembleia da república, eventos desportivos, etc.), tem também o seu papel direto na construção do JT.

Por fim a agenda, termo que neste contexto assume duas conceções distintas; 1º - a de um departamento responsável pela triagem de possíveis notícias; 2º - agenda designa o conjunto de temas a que o canal decide dar cobertura e emitir. Na primeira aceção o departamento de agenda tem, como já foi referido, o importante papel de fazer uma seleção a partir do enorme fluxo de informações e sugestões que inundam as televisões. Na dúvida mantem-se em contato com a Direção, com o coordenador do JT, com os editores, chegando mesmo a trocar informações com os vários jornalistas em função das matérias abordadas. Quanto à segunda noção, Denis Mcquail fala em diferentes formas de interação da agenda. Afirma que esta resulta dum ténue e complexo equilíbrio da “existência de três tipos de agenda; a dos *media*, a do público e a da política que se relacionam entre si de diferentes formas”. Segundo o autor “os *media* influenciam diretamente a agenda do público, enquanto que esta influencia a agenda política devido à pressão dos seus anseios”. A um segundo nível também “a política sente a pressão da agenda dos *media* e estes, ocasionalmente são influenciados pela agenda política e pelos acontecimentos na esfera pública.” (McQuail *apud* Brandão, 2005). Neste complexo “jogo de pressões”, percebe-se a sensibilidade da gestão das “agendas” por parte dos responsáveis pelos Jornais Televisivos.

3.6 – A Longa-metragem dos Jornais Televisivos em Portugal

As teorias que justificam o alargamento da duração dos Jornais Televisivos em Portugal só num ponto são convergentes: esse alargamento surge num quadro de grande “agressividade” concorrencial entre os três canais generalistas. A partir daqui, as opiniões vão variando: uns consideram que este formato mais longo permite uma maior fragmentação da oferta, tornando-a mais especializada, o que obriga a uma dispersão sobre mais assuntos dentro do bloco informativo e o conseqüente alargamento. Outros destacam a vertente comercial da opção dizendo que tal formato permite a inclusão dum bloco de publicidade em *prime-time* mais alargado (vital para o sucesso comercial dos canais privados).

Segundo um estudo de Joel Frederico da Silveira no ano de 2006 (Silveira e Shoemaker, 2010), o bom resultado das *audiências* demonstrava a apetência do público por este formato

mais extenso. Para José Eduardo Moniz²⁶, ex-diretor da TVI, a aposta num formato longo, em 2002, muito mais comprido do que o da concorrência (durante a semana teve em média 70 minutos), foi uma aposta do canal para valorizar e diferenciar um jornal que até então poucas *audiências* conseguia cativar. Segundo Moniz, conseguia-se com este formato uma maior diversidade e flexibilidade quanto à temática noticiosa (Silveira e Shoemaker, 2010).

Um aspeto é inquestionável: a *audiência* em Portugal tem uma apetência especial por este produto. A SIC em 2005 fazia Jornais Televisivos com 1 hora de duração e rapidamente os responsáveis se aperceberam que as pessoas no fim mudavam para outros canais num claro intuito de consumir mais notícias.

Uma das razões para o êxito pode ser o facto de os JT's misturarem um pouco das chamadas *hard news* com outro tipo de peças com “retratos de interesse humano” retirados da vida social portuguesa onde na primeira pessoa se transmite melhor o drama, agora personalizado, de temas que até então tinham uma abordagem mais abrangente (casos como o desemprego, carências sociais de várias ordens, saúde, justiça, etc.). No meio jornalístico ainda hoje se discute se estes temas deveriam ou não, ter um tratamento e enquadramento diferentes, chegando mesmo a propor-se a sua inclusão em programas autónomos dos Jornais Televisivos.

Para Felisbela Lopes, que investigou esta matéria num dos seus estudos, “o esticar do Telejornal iniciou-se para combater a dominância da SIC em *prime-time* devido às novelas da Globo. A SIC respondeu alargando também o *Jornal da Noite*” (Lopes, 2012), gerando-se a partir daqui uma espiral sempre em crescendo que nos levou ao atual panorama; a RTP com a duração média por *Telejornal* de 51m:45s; o *Jornal da Noite* da SIC com 1h:26m:15s e o *Jornal das 8* da TVI com 1h:22m:24s (segundo dados apurados neste estudo).

Outra explicação radica no facto de não se querer colocar um intervalo entre o Jornal Televisivo e o bloco de entretenimento que se segue, para não haver a clássica quebra de *audiências* que o intervalo provoca. O pivô que serve de fio condutor ao conjunto de notícias transmitidas no JT (de aproximadamente 90 minutos) ajudará a fidelizar os telespectadores.

Todos estes elementos trazidos à colação terão a sua pertinência, mas a insofismável certeza encontramos-la, sem dúvida no facto de ser um produto que tem *audiência* garantida, caso contrário por melhores intenções que tivessem operadores ou programadores, já tal produto tinha sofrido a correspondente alteração.

²⁶ Citado no mesmo estudo de Joel Frederico da Silveira.

4 – ESTUDO DE CASO

4.1 - *Corpus da análise*

Partiu-se da recolha de 60 emissões de Jornais Televisivos, respetivamente 20 emissões do Telejornal (TJ) da RTP1, 20 emissões do “Jornal da Noite” (JN) da SIC e 20 emissões do “Jornal das 8” (J8) da TVI, transmitidos ao longo de 20 dias entre maio de 2012 e junho de 2013. Depois da análise detalhada da amostra considerou-se realizar o estudo quantitativo com incidência numa semana (de 22 a 29 de maio de 2013). Realizando-se um quadro com as variáveis à frente apresentadas. Os três Jornais Televisivos foram emitidos em simultâneo pelos respetivos operadores. As razões para esta decisão prendem-se com o facto de terem existido substanciais alterações na conjuntura de 2012 para 2013, o que desvirtuaria eventualmente a análise final (atendendo essencialmente à grande separação entre os dois períodos da amostra). Circunscrevendo-se, então a amostra, a um conjunto de 24 Jornais Televisivos perfazendo um total de 30 horas 24 minutos e 40 segundos de emissão de blocos noticiosos.

4.2 - *Objetivo da análise*

Dentro deste enunciado geral vamos estabelecer uma aproximação entre o conteúdo do meio e as características da *audiência*, analisaremos outros objetivos parciais ou paralelos. O primeiro objetivo instrumental é criar uma ferramenta de análise que permita medir objetivamente os propósitos deste estudo. Um sistema de medição da comunicação objetivo e sistemático que possa responder a critérios científicos mediante a utilização de uma metodologia eficaz.

Entre os objetivos do estudo colocou-se a possibilidade de influência de fatores externos na determinação do alinhamento do Jornal Televisivo. Tenta-se por exemplo, aferir o peso do setor económico (editoria de economia) no alinhamento. Se os valores-notícia dos emissores são uma característica do meio ou o meio escolhe esses valores-notícia em função da *audiência*.

Nos contactos prévios com os jornalistas dos três canais, tentou-se aferir se sentiam o peso e a preferência das *audiências* como um fator de pressão no seu dia-a-dia. A resposta foi negativa em toda a linha, embora admitam que ao terem conhecimento²⁷ das “necessidades” e gostos das suas *audiências*, sentem que nas suas rotinas estão já incorporados mecanismos capazes de dar resposta a esses anseios e assim indiretamente o seu trabalho refletir alguma aproximação às tendências de uma determinada *audiência*. Os jornalistas justificam o seu

²⁷ Através de reuniões de análise dos *índices de audiências* e respetiva experiência profissional.

conhecimento do público fazendo referência ao seu profissionalismo, esforço e experiência, mas referem também que o facto de passarem imenso tempo imersos no absorvente mundo das notícias não lhes deixa espaço de manobra para considerar critérios mais amplos sobre os gostos do público.

4.3 - Método de análise

A estratégia seguida é fruto da consulta de vários estudos sobre jornalismo televisivo e da leitura de vária bibliografia sobre o tema. O facto de o autor estar profissionalmente ligado a esta área permitiu a realização de uma série de entrevistas e conversas com responsáveis dos três canais analisados, assim como a vários elementos que participam no processo produtivo de notícias televisivas, tais como jornalistas, editores, produtores, realizadores, académicos e especialistas. A participação em fóruns, congressos, encontros, *workshops*, debates e reuniões sobre o tema, também ajudaram a enquadrar alguns assuntos.

Para este estudo determinou-se uma série de variáveis relacionadas com a análise da estrutura dos Jornais Televisivos com destaque para a configuração formal das peças que compõem os jornais, como a duração, a frequência, o género jornalístico televisivo, a posição da peça no alinhamento, entre outras. Relativamente ao conteúdo o estudo incidiu sobre um conjunto de variáveis como a categoria temática, quais as editorias e áreas predominantes nos Jornais Televisivos e qual o destaque e frequência dos vários “atores” integrantes das peças informativas. Ao contabilizar cada variável, conseguimos determinar o peso de cada tema no atual panorama noticioso nacional. O âmbito da peça (local onde é realizada a reportagem) ajuda-nos a perceber o peso de cada região do país no contexto do JT. A nível Internacional também se afere o peso das notícias provenientes da União Europeia face ao resto do Mundo. Uma das variáveis destina-se exclusivamente a avaliar a influência da “**crise**” no alinhamento e produção de algumas peças noticiosas. Uma outra variável contabiliza as *promoções (Teasers)* das peças lançadas no decorrer do jornal. *Promoções* são pequenas peças que visam “prender” o telespetador através da apresentação de imagens e texto bastante apelativos de uma peça a apresentar posteriormente no jornal. Destacamos algumas variáveis para calcular o peso de temas como por exemplo o futebol no total dos jornais. Mediremos também durante o intervalo o tempo dedicado à publicidade e às “autopromoções” (promoções a outros programas). As *audiências* são colocadas num quadro tentando ajudar-nos a teorizar sobre as opções escolhidas. Estas variáveis são analisadas quantitativamente recorrendo a programas de edição vídeo e os valores representados em tabelas e gráficos em Excel.

Consegue-se com o recurso aos quadros e gráficos resultantes fazer um estudo comparativo dos três operadores televisivos, já que se escolhe os Jornais Televisivos emitidos em simultâneo.

4.4 - As variáveis em detalhe

Lista de variáveis com as seguintes categorias;

a) - Duração total do Jornal TV (espaço de tempo que medeia entre o início do genérico de abertura até ao último quadro do genérico final)

2 - Duração do Intervalo dentro do Jornal

2.1 - Duração do bloco Publicitário no intervalo

2.2 - Duração do tempo das “Autopromoções” de Programas (no intervalo)

3 – Géneros jornalísticos televisivos - Frequência e duração de cada peça

Neste trabalho opta-se por chamar *Géneros jornalísticos televisivos* às diferentes roupagens que a mensagem informativa adota para a narração em transmissão televisiva. Estas diferentes formas classificam-se como:

3.1 - **Peça** – Mensagem informativa integrada composta por texto lido pelo jornalista, quase sempre entrecortada por vivos (declarações das fontes das notícias), com uma duração que ronda os 2 minutos.

3.2 - **TH** - Abreviatura de *Talking Head*, declaração em vivo de determinada fonte sem recurso a um texto jornalístico exceto o “lançamento” do pivô (texto introdutório lido pelo apresentador do Jornal Televisivo), normalmente inferior a 1 minuto.

3.3 - **Off** – Conjunto de imagens editadas com duração usualmente inferior a 30 segundos, ou imagens ilustrativas, apoiadas num texto jornalístico lido pelo próprio pivô do Jornal Televisivo. Ocasionalmente podem ter colados TH’s (*talking heads*).

3.4 - **Direto** – Comunicação ao vivo com um jornalista que se encontra no terreno no decorrer de um acontecimento. O jornalista surge em “campo” e atualiza a informação, poderá ainda entrevistar pessoas no local, e dialogar com o pivô do JT.

3.5 - **Falso direto** – Ou *Live on Tape*, a utilização da forma narrativa do direto mas em que a mensagem é gravada e não transmitida em tempo real. Geralmente utilizada quando o acontecimento o justifica por uma dimensão imagética forte.

- 3.6 - **Entrevista em estúdio** – pivô do Jornal Televisivo entrevista um convidado.
- 3.7 - **Comentadores em estúdio** – análise em estúdio por parte de um comentador, geralmente externo à estação sobre um determinado assunto em que é mediado pelo pivô do Jornal Televisivo - exemplo de Marcelo Rebelo de Sousa no Jornal das 8 da TVI.
- 3.8 - **Especialistas em estúdio** – um determinado especialista é chamado a estúdio para explicar questões mais complexas ligadas à sua área (ex. advogado, militar, médico, engenheiro, especialista em terrorismo, etc.).
- 3.9 - **Jornalistas em estúdio** – um jornalista vai a estúdio e em direto fala sobre uma das matérias da sua área (por exemplo na SIC - José Gomes Ferreira sobre economia).
- 3.10 - **Pivô lê um texto** - sem recurso a imagens, o apresentador lê uma mensagem (exemplo - comunicados).
- 3.11 - **Grande Reportagem** - Reportagem de fundo sobre um assunto com um tratamento jornalístico suportado por uma investigação mais apurada. No caso da SIC ou da TVI têm cerca de 30 minutos de duração.
- 3.12 - **Média Reportagem / Rubrica** - Reportagens informativas normalmente mais longas (entre 5 a 10 minutos).
- 3.13 - **Promos peças** - (*Teasers*) - dentro do contexto de um Jornal Televisivo, consiste na promoção de conteúdos que vão ser apresentados mais tarde dentro do espaço informativo, ou em espaços informativos posteriores.

4 – Categorias temáticas - Frequência e duração de cada peça

4.1 - Sociedade

- 4.1.1 - Saúde
- 4.1.2 - Educação
- 4.1.3 - Justiça
- 4.1.4 - Segurança
- 4.1.5 - Vários temas de ordem social (casos, instituições, serviços sociais, etc.)
- 4.1.6 - Turismo / Lazer
- 4.1.7 - Religião
- 4.1.8 - Ambiente
- 4.1.9 - Ciência e Tecnologia
- 4.1.10 - Acidentes e catástrofes

4.2 - Política

4.2.1 - Governo

4.2.2 - Assembleia da República, outros

4.2.3 - Partidos políticos

4.3 - Economia / Empresas

4.3.1 - Sindicatos / Organizações de classe

4.3.2 - Agricultura e pescas

4.3.3 - Comércio, Indústria, serviços (vários temas ligados à economia; fiscais, orçamento, outros)

4.3.4 - Sistema bancário

4.4 - Cultura / Espetáculo

4.4.1 - Música

4.4.2 - Outras artes, moda e beleza

4.5 - Desporto

4.5.1 - Futebol nacional

4.5.2 - Futebol internacional

4.5.3 - Outras modalidades

4.6 - Temas diversos

4.7 - Internacional (com reportagem de jornalistas portugueses no local)

4.8 - Internacional

4.9 – *Faits-divers*

4.10 - Promos peças - (*Teasers*) de peças informativas (a emitir durante o JT)

4.11 - Previsão meteorológica - Boletim meteorológico

5 - Peças s/ Crise (abordam direta ou indiretamente o tema)

7 - Âmbito da notícia - Localização dos eventos noticiados

7.1 - Nacional sem referência a um local específico

7.2 - Lisboa

7.3 - Porto

7.4 - Resto do país

7.5 - Internacional (fora da UE), ou sem referência internacional específica

7.6 - União Europeia

8 - “Atores” - Intervenientes nas notícias

- 8.1 - Presidência
- 8.2 - Passos Coelho
- 8.3 - Paulo Portas
- 8.4 - Ministro das finanças
- 8.5 – Restantes Membros do Governo
- 8.6 - PSD
- 8.7 - CDS/PP
- 8.8 - PS
- 8.9 - António José Seguro - PS
- 8.10 - PCP
- 8.11 - BE
- 8.12 - Comentador – Política
- 8.13 - Sindicalistas
- 8.14 - Empresários / Patronato
- 8.15 - Banqueiros ou altos quadros da banca
- 8.16 - Comunidade Universitária
- 8.17 - Igreja Católica
- 8.18 - Comentador – Economia
- 8.19 - Cidadão comum (*Vox Populi*)
- 8.20 - Outros (intervenientes com ligação próxima ao acontecimento referido na peça)
- 8.21 - “Atores” “*in vivo*” na área do futebol
- 8.22 - SL Benfica (elementos ligados ao clube - dirigentes, jogadores, técnicos, etc.)
- 8.23 - Futebol C Porto (elementos ligados ao clube - dirigentes, jogadores, técnicos, etc.)
- 8.24 - Sporting CP (elementos ligados ao clube - dirigentes, jogadores, técnicos, etc.)
- 8.25 - Futebol outros clubes (nacionais ou estrangeiros)
- 8.26 - Total “Atores” futebol
- 8.27 - Total Governo e coligação
- 8.28 - Total oposição

Com este conjunto de variáveis pretende-se aferir e clarificar alguns aspetos relacionados com o processo de construção do Jornal Televisivo. Destacam-se 7 áreas de variáveis contendo cada uma delas subcategorias para ajustar alguns aspetos da análise.

4.5 - O que vemos realmente quando vemos um Jornal Televisivo?

Análise quantitativa dos dados recolhidos no Estudo de Caso (quadros e gráficos)

4.5.1 – Géneros jornalísticos televisivos

A nível comparativo nos gráficos seguintes decidiu-se explorar as quatro categorias mais frequentes nos 3 Jornais Televisivos de horário nobre em Portugal: As *Peças*, *TH's*, *Offs* e *Promoções*:

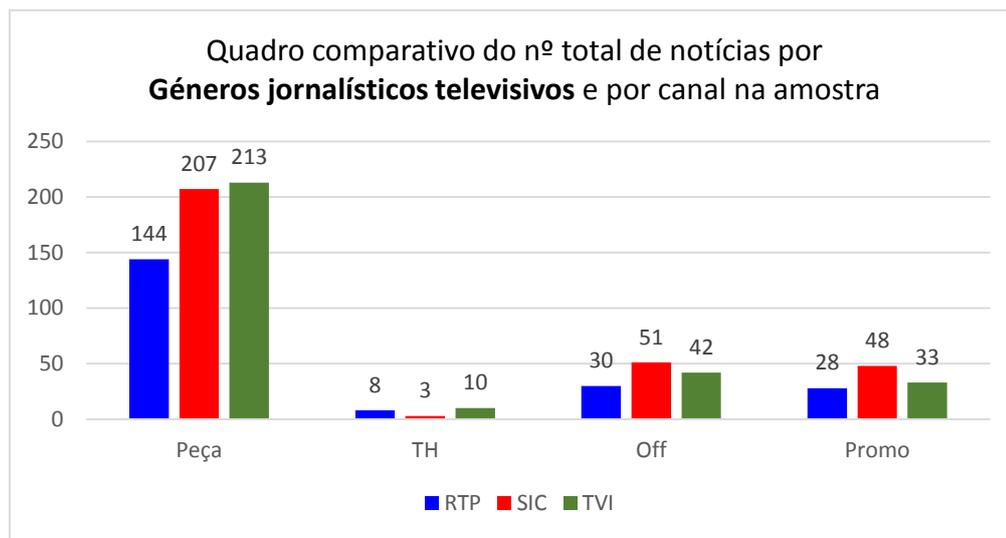


Figura 1

As *Peças* ressaltam como o Género jornalístico televisivo mais usual utilizado por qualquer das 3 televisões, sendo a *Peça*, o Género por excelência do jornalismo televisivo. Um segundo Género jornalístico é a utilização dos *Offs*. Esta forma tem várias motivações para ser utilizada em detrimento da mais usual *peça*. O uso do *Off* é motivado por: constrangimentos de tempo, ou seja um assunto cujo valor-notícia não merece em termos jornalísticos ocupar o mesmo espaço de antena que outras notícias, ainda que obtenha valorização para ser apresentado no Jornal Televisivo; falta de tempo para compor uma *Peça*, sendo em termos de produção muito mais rápido; falta de imagens do acontecimento e/ou fontes em entrevista; num Jornal Televisivo mais reduzido por questões de programação é uma forma de comprimir os conteúdos ao essencial; a tentativa de reportar mais assuntos e com maior multiplicidade de temas num determinado tempo limite. A RTP neste caso é o canal como menor recurso ao *Off* apesar de possuir o Jornal Televisivo mais curto.

A destacar ainda o elevado número de *promoções* existentes dentro de cada Jornal Televisivo em qualquer um dos canais, que obtêm valores muito aproximados aos *Offs*. Esta forma que em termos de conteúdo jornalístico é praticamente nula, é sobretudo utilizado para

tentar manter as *audiências* interessadas ao longo do programa. É assim uma outra ferramenta à disposição dos coordenadores do JT dirigido às *audiências*.

Debruçando-nos agora sobre o peso que os diferentes Géneros têm na composição de um Jornal Televisivo em termos de tempo ocupado notamos que:

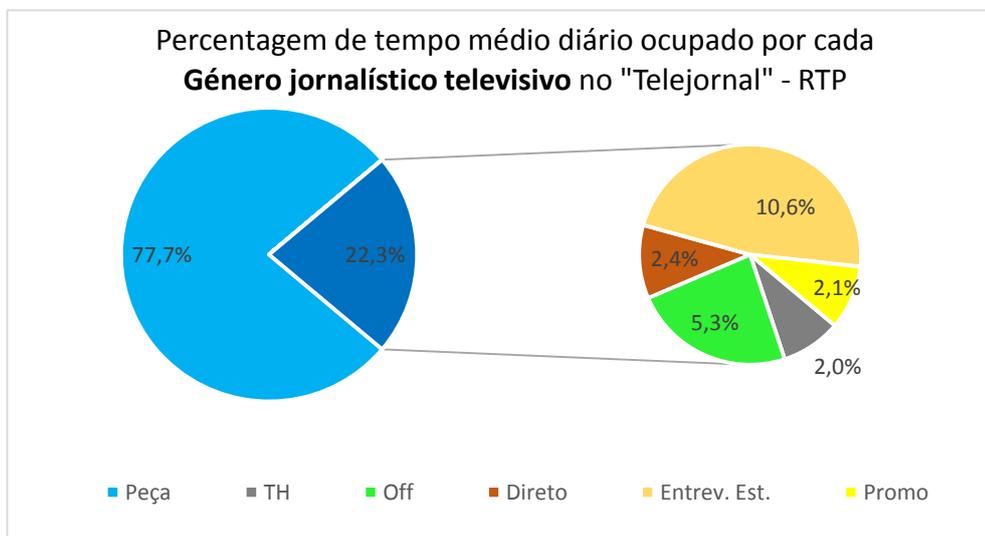


Figura 2

Na RTP 77,7% das notícias são formatadas como *Peças*. De entre os outros Géneros jornalísticos televisivos destaca-se a *entrevista em estúdio*. Já os *Offs* ocupam metade desse tempo. De destacar ainda dois fatores: A baixa utilização do *direto*, que apesar de ser uma das características televisivas mais importantes, é uma das que levanta uma série de problemas metodológicos quanto à prática do jornalismo, como referenciado anteriormente, acaba por ter pouco peso na emissão do Jornal Televisivo na amostra em questão. A importância relativa do *direto* apresenta valores idênticos aos evidenciados pelas *Promoções* de peças dentro do jornal, o que confere a estes *teasers* alguma relevância.

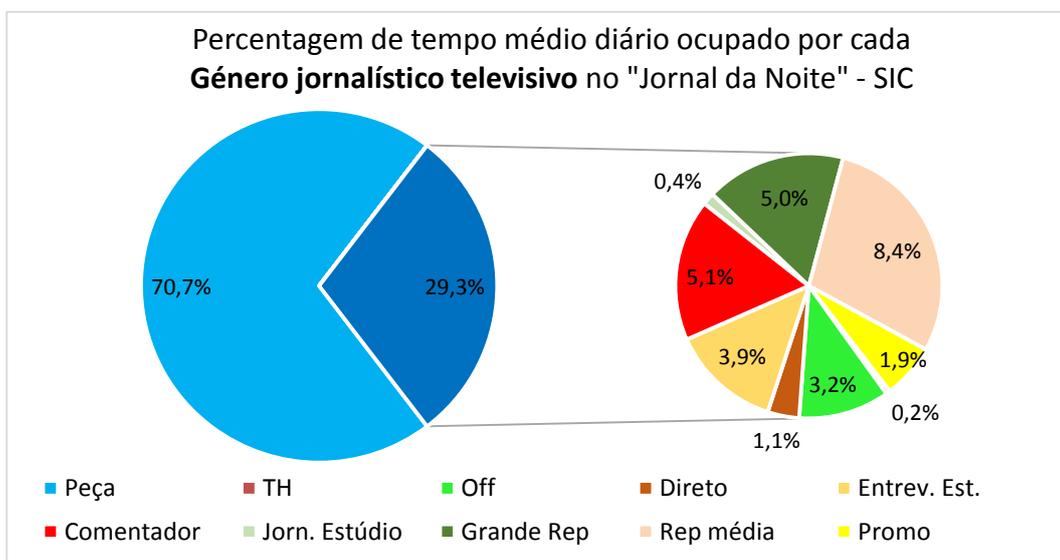


Figura 3

O *Jornal da Noite* tem maior diversidade de Géneros jornalísticos televisivos, o que não é despreciando tendo em conta a maior duração média deste bloco informativo.

Até por isso existe um menor peso da *Peça* em termos relativos face aos outros formatos, mas ainda assim com enorme fatia do que é transmitido em antena. A destacar na SIC face aos demais concorrentes a importância dada a conteúdos mais desenvolvidos e que acabam por ocupar maior espaço de antena, como a *Grande Reportagem* e a *Média Reportagem*, ainda que na segunda exista habitualmente uma presença mais forte no âmbito do *infotainment*.

A destacar mais uma vez a pouca importância relativa dada ao instrumento do *direto* televisivo.

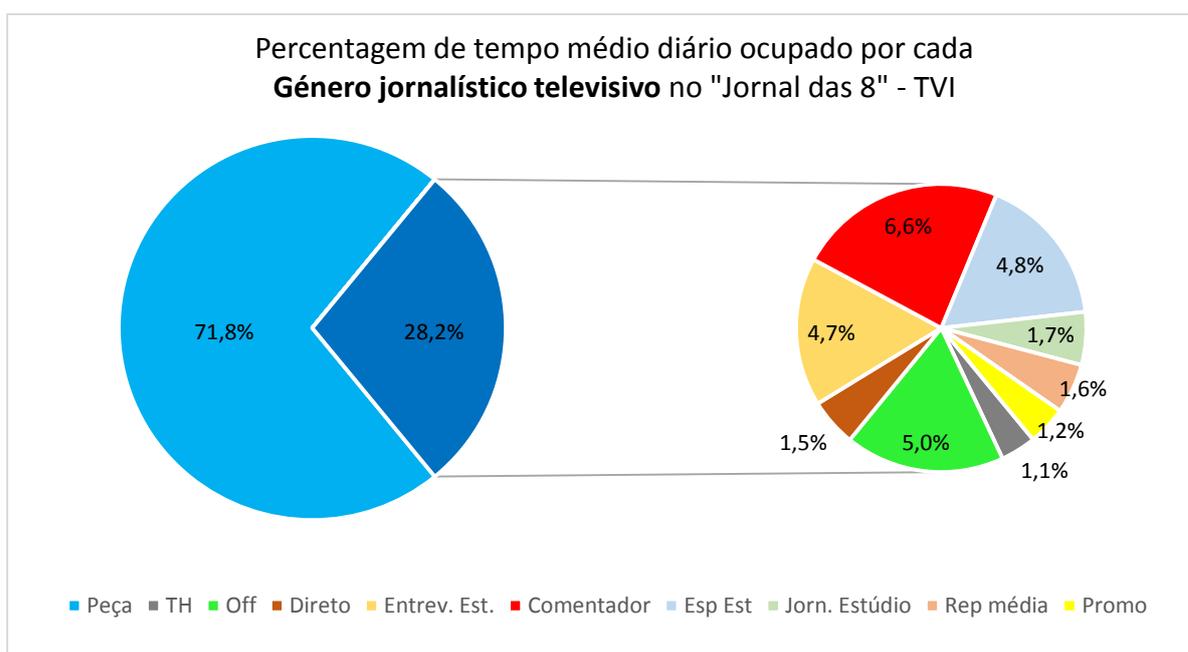


Figura 4

Na TVI, o peso dos diferentes Géneros jornalísticos televisivos para veicular a informação é similar ao *Jornal da Noite*. Destacam-se contudo a menor atenção dada às *Reportagens Médias* e à ausência da *Grande Reportagem*. Por outro lado, nota-se a uma maior preocupação em relação à SIC, em ter *especialistas em estúdio* para explicar conteúdos mais técnicos à *audiência*. Como no caso dos outros dois Jornais Televisivos também o *direto* tem uma importância relativamente diminuta, revelando-se sobretudo no caso das estações privadas uma menor apetência pelo referido género jornalístico (1,1% na SIC e 1,5% na TVI), ainda menos que a RTP (2,4%). Isto poderá explicar-se por constrangimentos financeiros da conjuntura, pois o *direto* exige meios tecnológicos que implicam custos operacionais avultados.

- Duração das Peças

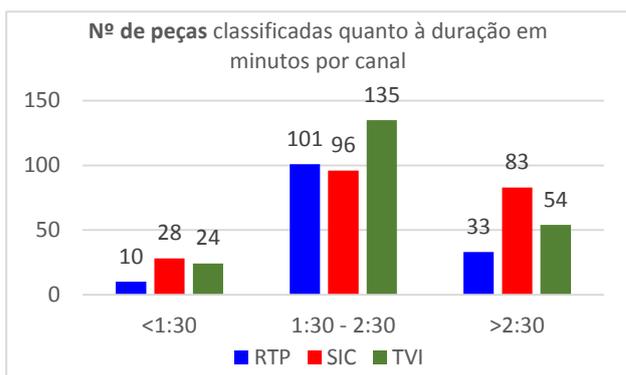


Figura 5 - A

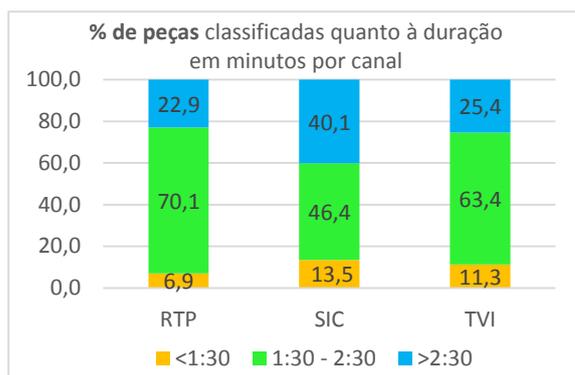


Figura 5 - B

Sendo a *Peça* o principal veículo de transmissão de informação de um Jornal Televisivo, resolveu contabilizar-se a duração das mesmas de forma a tentar compreender se existem algumas diferenças na forma como se contam as histórias em televisão. Sendo orientação editorial das estações que as peças devem ter um tempo máximo de dois minutos, desenvolveram-se 3 subconjuntos de forma a tentar identificar se são primordialmente longas ou curtas. Sendo o tempo alvo de dois minutos, criou-se um conjunto para peças que se prolonguem entre 1m:30s e 2m:30s como o tempo médio, outro conjunto para peças com menos de 1m:30s, que serão as peças curtas, e um conjunto para as peças com mais de 2m:30s que corresponderão às peças longas.

Seguindo a máxima que o tempo em televisão é dinheiro, seria previsível que as peças curtas pudessem ter um peso similar às de duração média. Pelo contrário, todas as televisões demonstram uma tendência mais acentuada para peças mais longas em relação ao primeiro subconjunto, em especial a SIC. Poderá traduzir-se isto numa maior profundidade em termos de abordagem jornalística aos assuntos transmitidos? Nenhuma evidência apurada aponta neste sentido. Terá porventura influência numa menor diversidade de assuntos tratados jornalisticamente, que no caso da SIC aparentemente será solucionado com uma maior utilização do *Off* como ferramenta de informação.

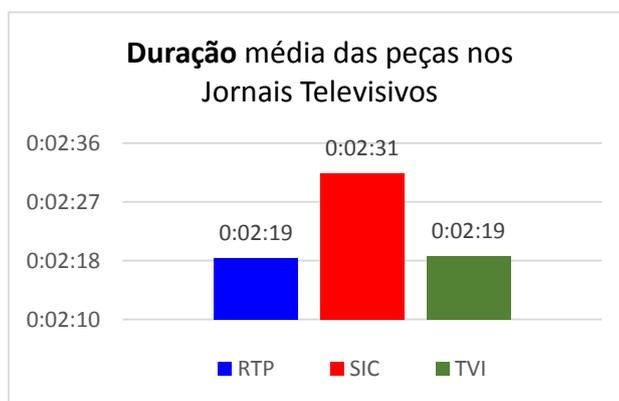


Figura 6

O *Jornal da Noite* é o que apresenta a duração média das peças mais longas, o que poderá implicar um olhar mais profundo acerca das temáticas apresentadas, mas não deverá ser desprezível o facto de ainda assim a SIC apresentar algumas peças informativas mais longas que aposta na referência da informação da estação ser mais escarpada do que a concorrência. Por seu turno o *Telejornal* e o *Jornal das 8* apresentam o mesmo valor para o tempo médio de uma peça. Ainda assim qualquer um dos tempos médios apresenta características de consumo de espaço de antena que segundo os cânones, sobretudo anglo-saxónicos ultrapassam o que seria considerado um tempo ideal, o que revelará porventura uma clara ambição de “alongar” sem que isso implique um aprofundamento jornalístico no tratamento da matéria.

- Número de Peças por canal televisivo

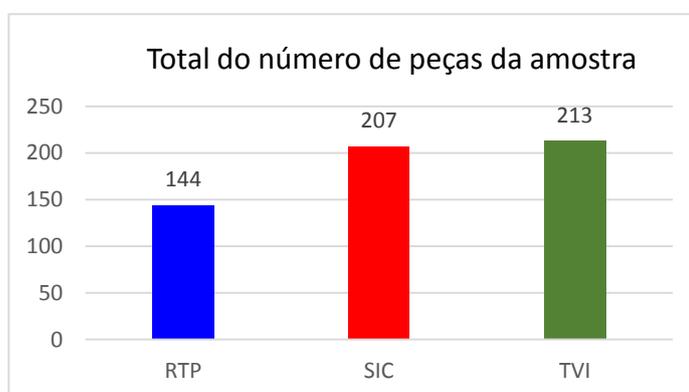


Figura 7

Vê-se claramente a influência que o tempo possui na quantidade de informação veiculada. O *Telejornal* apresenta na amostra menos 32,4% de peças no total do que o *Jornal das 8*. Isto poderá influenciar a diversidade, mas será que o *infotainment* não ocupa grande parte do número destas peças? Em caso afirmativo, estará a RTP a dedicar o tempo válido à informação com valores-notícia mais apropriados ao conceito de “qualidade” em jornalismo televisivo?

4.5.2 – A duração dos Jornais Televisivos

O panorama dos Jornais Televisivos não escapa em termos de categorias das notícias segundo os estudos de Silveira, Cardoso e Belo às realidades demonstradas no mundo ocidental obtidas pelos estudos de Pamela Shoemaker e Akiba Cohen. O que parece diferenciar-se sobremaneira é a duração dos JT's em Portugal ser bastante superior aos congéneres mundiais. Em França por exemplo na TF1, o *Le Journal de 20H* está programado para 35 minutos, na BBC, para dois blocos diferenciados às 18h de 30 minutos cada um. No Brasil também o *Jornal Nacional*, da TV Globo tem 30 minutos.

Por que em Portugal se ultrapassa largamente esta média é uma das perguntas que sugerem estes dados. O *Telejornal* da RTP é o mais curto, teve no tempo da amostra uma duração média de 51m:45s.

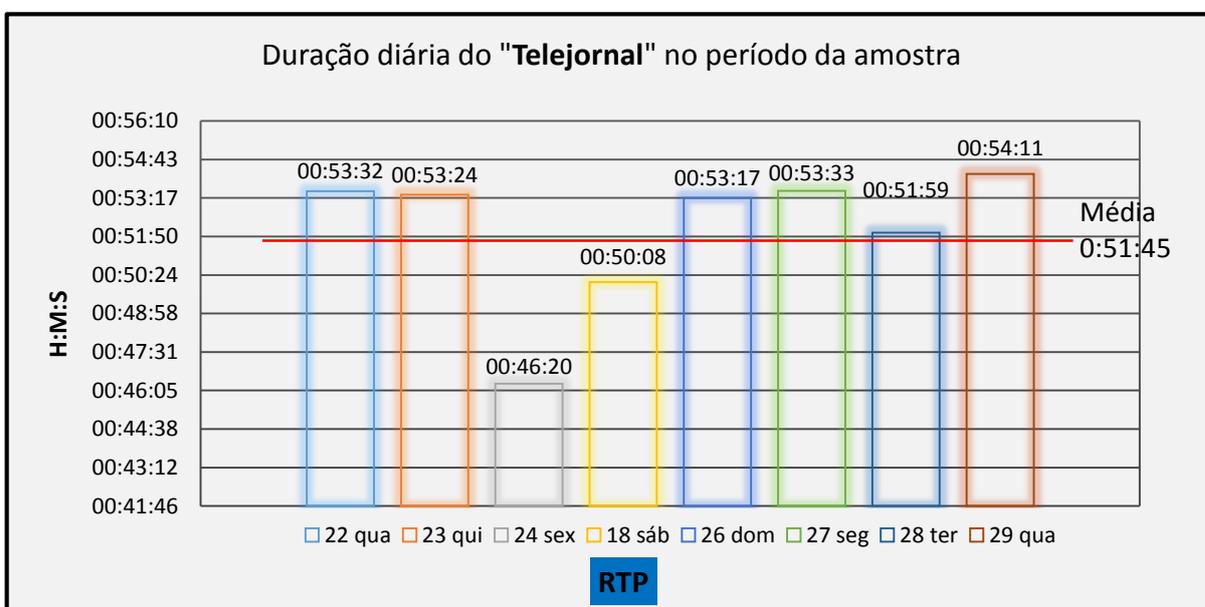


Figura 8

O Jornal Televisivo da RTP é o que mais se aproxima do panorama internacional, ainda assim ocupa quase uma hora de jornal. Também se denota que não existe uma variação assinalável de duração entre os Jornais Televisivos durante a semana e os de fim-de-semana, sugerindo que o modelo adotado será mais fixo independentemente do dia de emissão. O Jornal Televisivo tem no entanto constrangimentos em qualquer canal devido a contextos de programação. Usualmente será o produto televisivo futebol a condicionar a duração e o formato de um Jornal Televisivo, uma realidade sustentada pelas *audiências*, por exemplo o programa mais visto no primeiro semestre de 2013 é a final da Liga Europa em futebol, que envolveu o Benfica (dados audiométricos da GFK). No caso do *Telejornal* o único dia em que a duração

ficou longe do regular foi sexta-feira dia 24, que foi encurtado em 10% face à média dos outros dias. Neste caso não foi uma emissão desportiva a condicionar a duração do Jornal Televisivo, mas sim a competição do festival da Eurovisão.

Já o *Jornal da Noite* da SIC é mais longo 67% em termos médios que o Telejornal, o que o afasta bastante do cenário internacional da informação televisiva. Na SIC o tempo médio durante a semana ocupado pela emissão jornalística em horário nobre é de 1h:26m:15s.

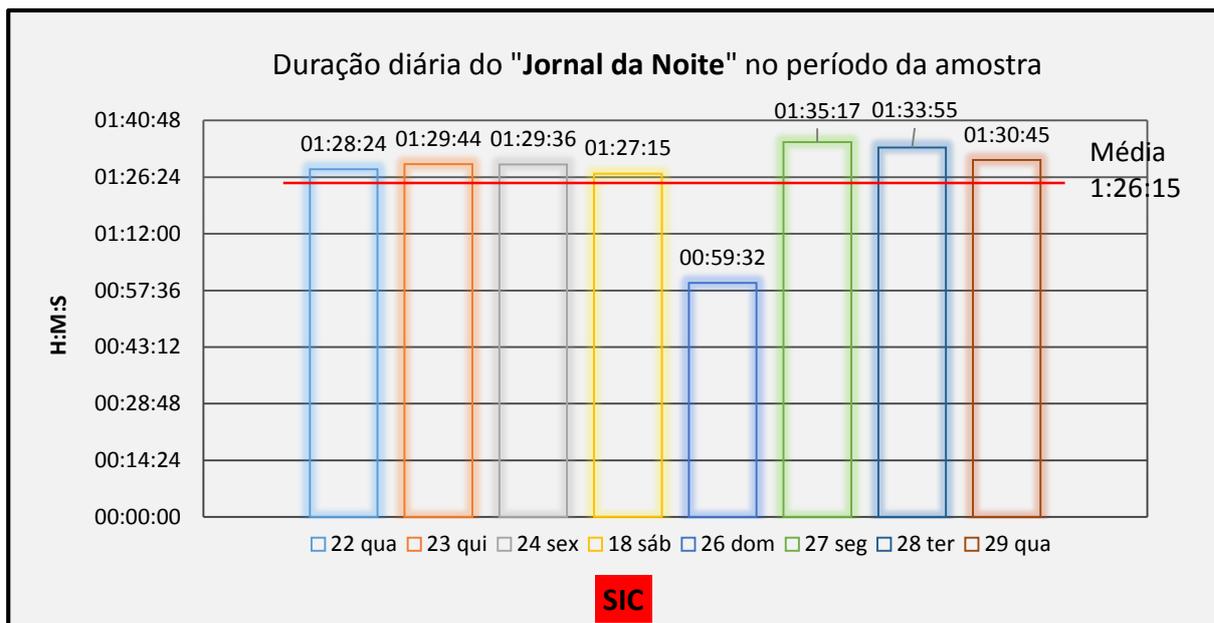


Figura 9

Constata-se que apenas num dos dias da semana o *Jornal da Noite* tem um tempo inferior a uma hora, o que o torna 31% mais curto que a duração média do programa. Este fator pode ser explicado como uma opção estratégica do canal que se relaciona com a *audiência*. Face ao fator concorrencial sobretudo em relação à TVI, tentar-se-á explicar a base para esta escolha estratégica mais adiante.

O *Jornal das 8* da TVI é um pouco mais curto em termos médios que o bloco informativo da SIC, sendo que ambos se destacam largamente da RTP. O Jornal Televisivo da TVI é 59% mais longo em termos médios que o *Telejornal*.

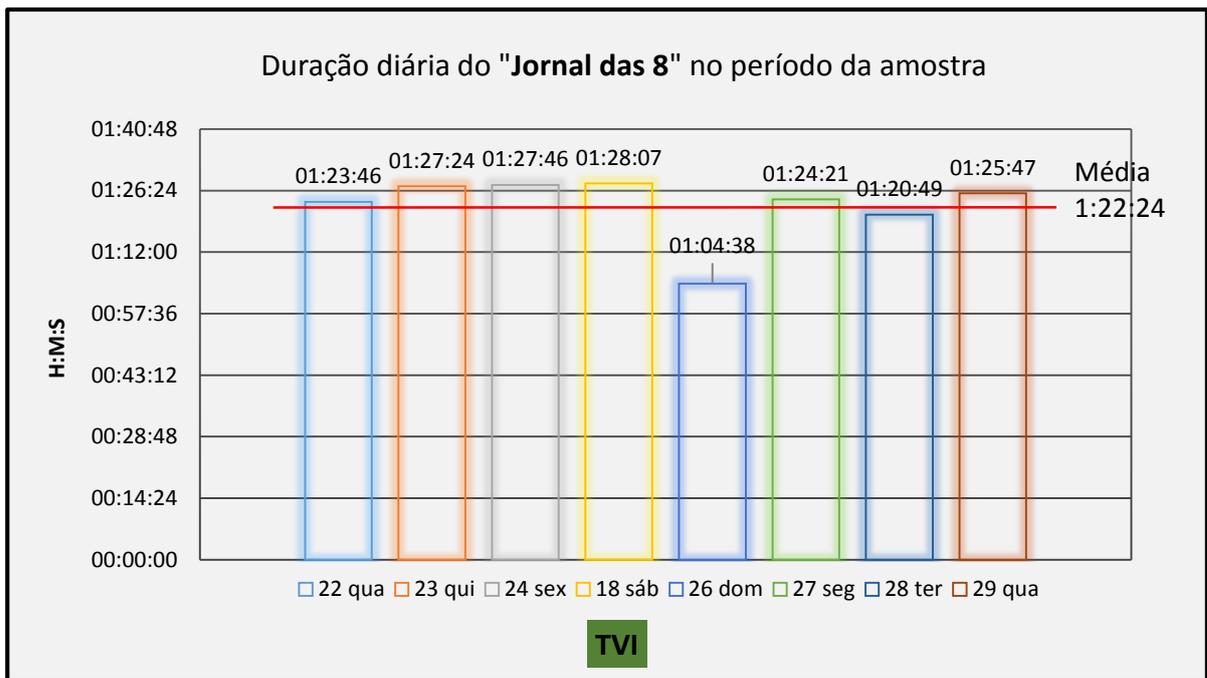


Figura 10

Como na SIC, também na TVI, o *Jornal das 8* sofre uma grande redução ao domingo. O fim-de-semana marca também o único momento em que existe uma inversão de estratégia. Neste dia o Jornal Televisivo da TVI é mais longo do que o programa informativo da SIC. Ao domingo a presença em estúdio do Professor Marcelo Rebelo de Sousa será motivo mais do que suficiente para o prolongar do jornal. Os *índices de audiência* suportam tal decisão. Durante os restantes dias da semana o *Jornal da Noite* é consecutivamente mais longo atingindo no ponto mais distante uma duração superior a 12 minutos de diferença (Terça 28 de maio de 2013).

Verifica-se sobretudo nos canais privados, mais condicionados pela questão comercial e pelas *audiências*, uma estratégia de prolongamento dos noticiários em relação tanto à RTP como ao padrão internacional. Responsáveis indicam, e as *audiências* parecem comprovar a assunção, que a informação televisiva em Portugal é um produto com especial receptividade entre os portugueses, com os Jornais Televisivos a serem sempre dos programas mais vistos do dia. Experiências com a redução da duração dos jornais revelaram que os portugueses mudavam de canal para continuar a ver informação.

Este facto levanta porém uma questão. Como preencher este tempo de hora e meia com informação em que a peça típica tem dois minutos? Por um lado motiva certamente uma maior diversidade de temas, uma agenda menos rígida em termos de valor-notícia, e dá voz a minorias que de outra forma não encontrariam espaço no tempo de emissão.

Por outro lado, fica a dúvida sobre a efetividade dos valores-notícia de muitas das temáticas abordadas ao longo de um jornal, em que o *infotainment* adquire um peso porventura sobredimensionado na estrutura de um Jornal Televisivo em Portugal, esbatendo desta forma as fronteiras entre uma informação de interesse público, em contraponto com uma informação de interesse do público.

A RTP por seu turno apresentará uma menor diversidade temática e de vozes durante o seu espaço informativo de eleição, mas que de facto poderá não coincidir de todo com uma menor qualidade da informação.

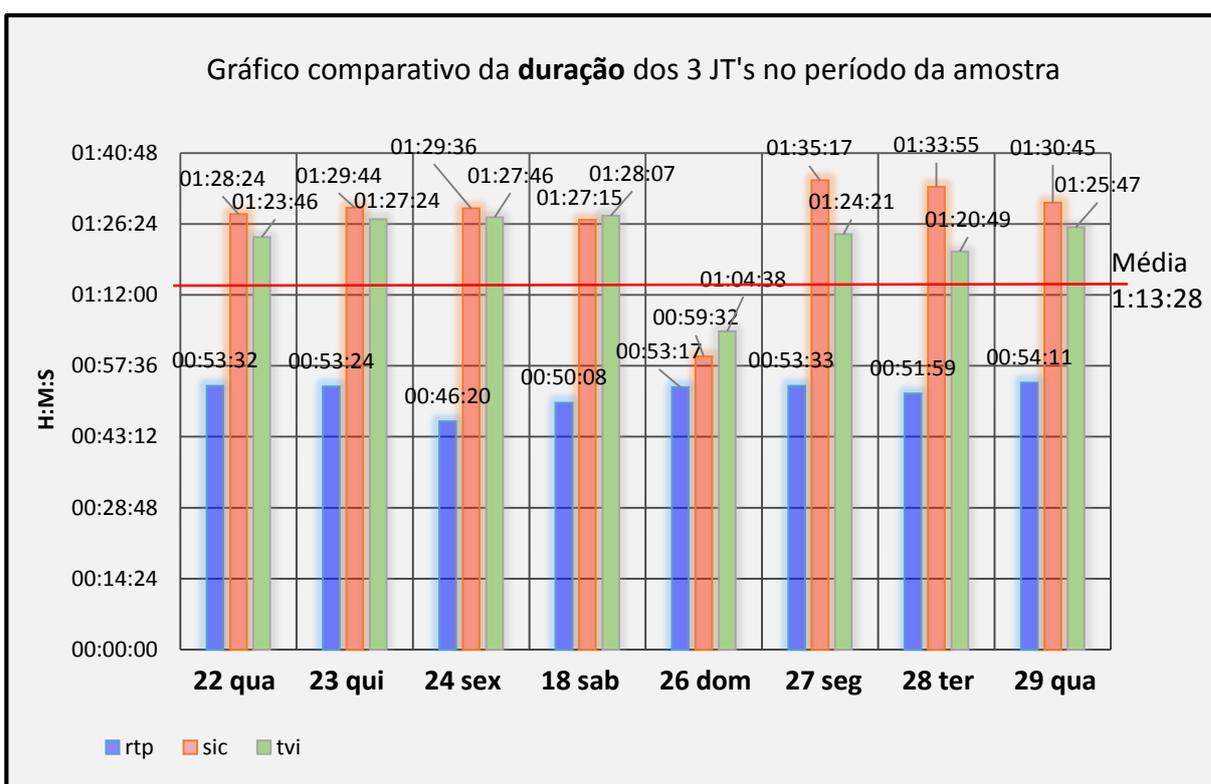


Figura 11

Quanto às estratégias implementadas durante o fim-de-semana, nota-se uma maior concorrência entre os canais privados. Uma hipótese de leitura para o facto, será que durante o fim-de-semana dá-se uma inversão de papéis no que toca à liderança. A recente alteração de tendência dos telespectadores que após um largo período de tempo em que a TVI liderava os *ratings* de *audiências*, a SIC conseguiu conquistar alguma predominância durante a semana. A TVI por seu turno continua a liderar as *audiências* durante o fim-de-semana, criando então uma competição acesa entre os dois canais.

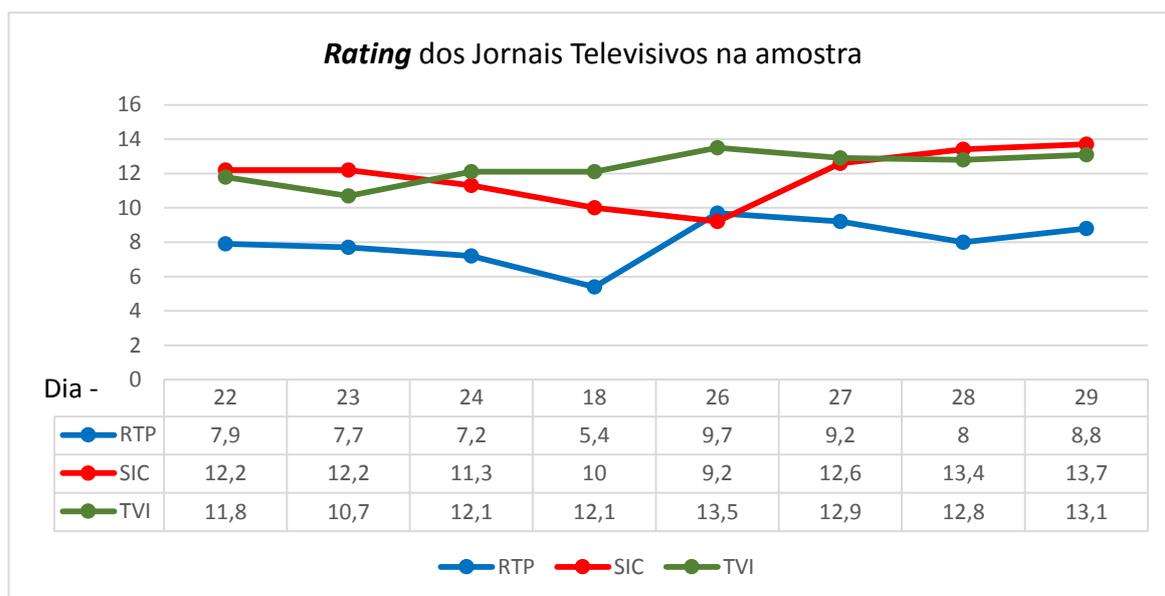


Figura 12

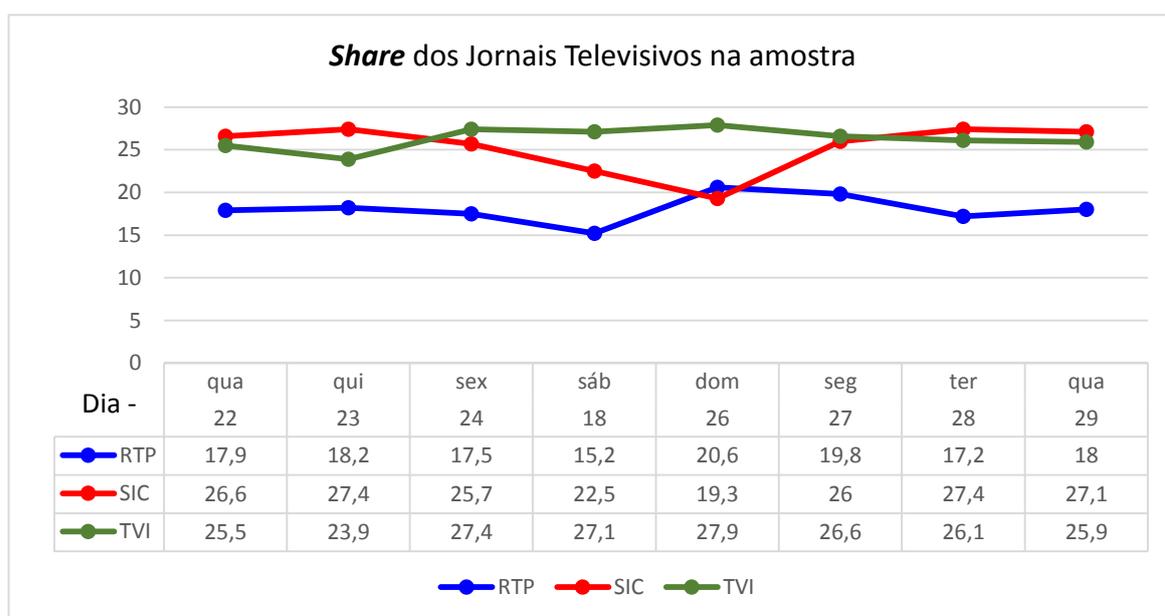


Figura 13

As televisões apostaram muito, sobretudo ao domingo à noite, em conteúdos de grande *audiência* como os *reality shows* e programas de entretenimento (familiar), o que será um fator determinante para a existência de um encurtamento significativo da duração dos Jornais Televisivos em horário nobre neste dia da semana. A esta situação também se poderá associar o facto de a *audiência* ter uma menor apetência para conteúdos informativos num dia a que muitas famílias atribuem a qualidade de dia de descanso. Poder-se-á além disso acrescentar que em termos informativos, especialmente a nível político e económico é uma jornada desde logo com um número inferior de notícias.

Ainda ao domingo, a TVI tem um trunfo em termos de *audiências* que continua a apelar à atenção do público, que é o segmento do Professor Marcelo Rebelo de Sousa. Aqui poder-se-á encontrar uma das motivações, para que os coordenadores do *Jornal da Noite* optem por terminar primeiro o bloco noticioso face à TVI, de forma a tentar captar *audiências* com o avanço rápido para um conteúdo de entretenimento.

De ressaltar ainda que o sábado é o dia com menor número de telespectadores durante a semana, possivelmente devido ao comportamento das pessoas, que o têm como um dia lúdico para sair de casa, logo com menor disponibilidade para estar em frente da televisão.

4.5.3 – Categorias temáticas (Editorias)

Na definição dos assuntos em que se dividem as Categorias temáticas jornalísticas analisadas neste trabalho, optou-se por seguir a linha traçada pelas editorias, ou seja a divisão de trabalho consoante o género informativo na redação. Além disso foram tomadas em conta categorias definidas em vários estudos do género como o caso de Pamela Shoemaker e Akiba Cohen. De ressaltar que algumas das notícias podem possuir uma abordagem que se enquadre em mais do que um tema. Quando tal sucedeu, optou-se por pesar o pendor da peça e enquadrar a mesma na Categoria temática com mais peso na notícia. Houve ainda a preocupação de aplicar os critérios com o máximo de rigor. Assim harmonizou-se a classificação entre os três operadores para que a comparação fosse rigorosa. Uma notícia classificada dentro de um género num dos Jornais Televisivos, ainda que possua algumas *nuances* diferentes noutros canais, foi classificada dentro da mesma Categoria temática.

Desta forma, as classificações para as notícias surgem-nos como: *Sociedade, Política, Cultura, Desporto, Temas Diversos* (os que não se enquadram numa das categorias ou misturam acentuadamente várias), *Internacional, Faits-Divers, Promoções e Meteorologia*.

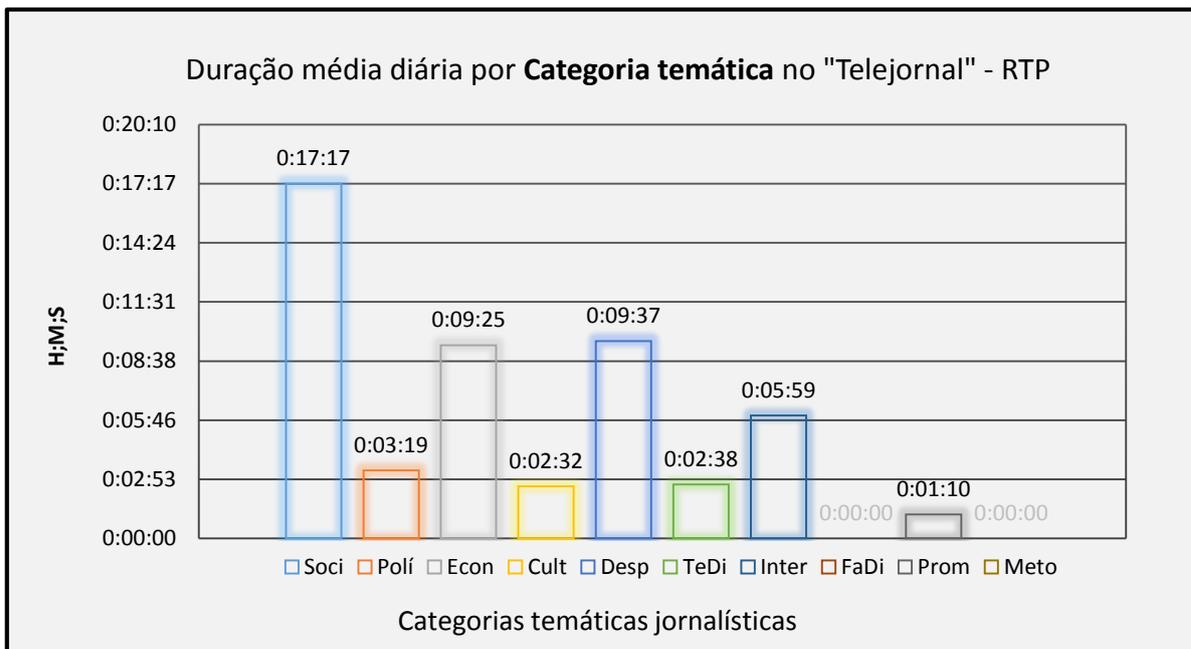


Figura 14

Na RTP, o maior número das notícias encontra-se na Categoria temática jornalística de Sociedade. Não será estranho que esta *Categoria* se sobreponha a outras devido à presença de vários subtemas que se encontram nesta divisão como reportagens sobre saúde, educação, justiça, segurança, turismo ou ciência.

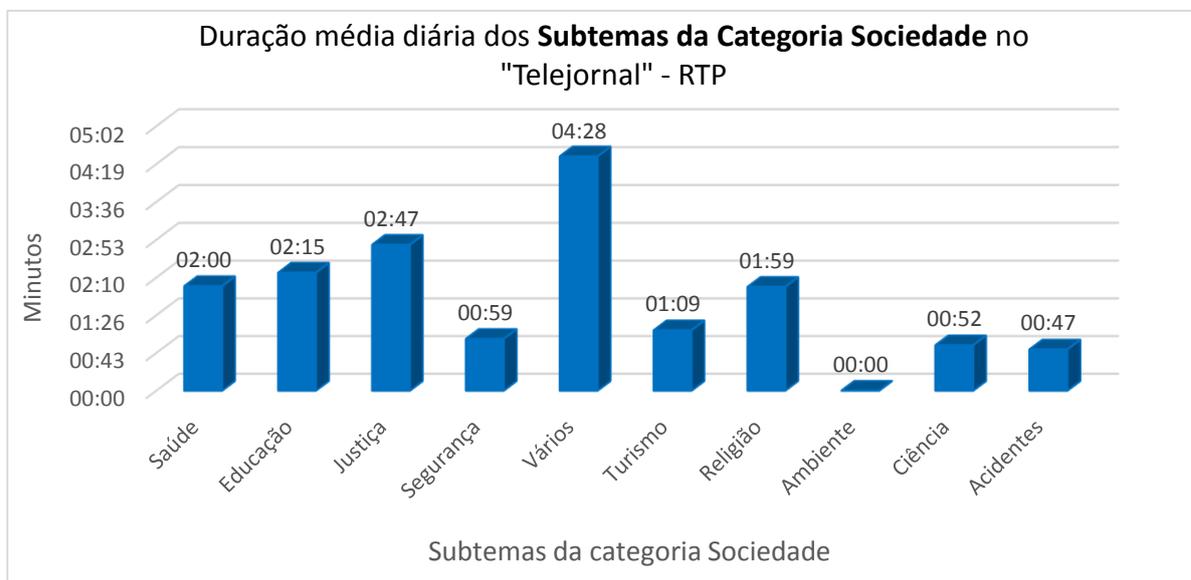


Figura 15

No *Telejornal* despendeu-se mais tempo com a *Categoria Vários (outros)*, mas deve destacar-se ainda o peso do tema Justiça que em Portugal adquire sempre contornos de importância na vida dos cidadãos, seguida pela Educação, Saúde, áreas também consideradas

fulcrais na sociedade. De destacar ainda a Religião, que na RTP tem um peso idêntico ao da Saúde. Aqui deve ainda destacar-se em sentido contrário a categoria *Acidentes*, onde se incluem vários tipos de catástrofes que têm um peso muito inferior ao que seria de esperar face à tendência em valorizar a “espetacularidade” na informação televisiva, defendida por vários autores.

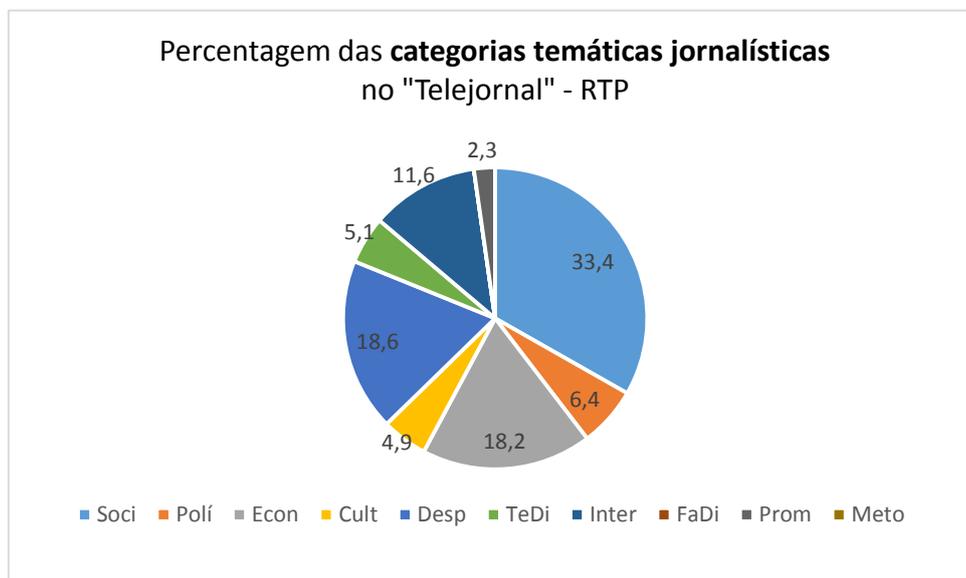


Figura 16

No *Telejornal* dá-se ainda grande destaque ao Desporto, que ocupa 18,6% do total do tempo despendido em antena. Poder-se à definir esta realidade por uma preocupação maior na pluralidade tanto de clubes como de desportos, aproveitando uma estrutura que está mais dispersa no território, e que devido até ao serviço público dispõe de meios para lançar um olhar mais abrangente sobre o fenómeno desportivo que os concorrentes. Ainda assim uma categoria que em termos de valor-notícia será considerada por muitos como menor, ocupar o peso relativo do tempo de antena que ocupa será porventura discutível. Isto ainda será mais visível se se observar que a *Política* ocupa menos 12,2% do tempo ou a *Cultura* com menos 13,7%. Neste caso, as notícias internacionais ocupam o meio do espectro das emissões da RTP. Parecem existir sobretudo 4 temas fortes: *Sociedade, Economia, Desporto e Internacional*.

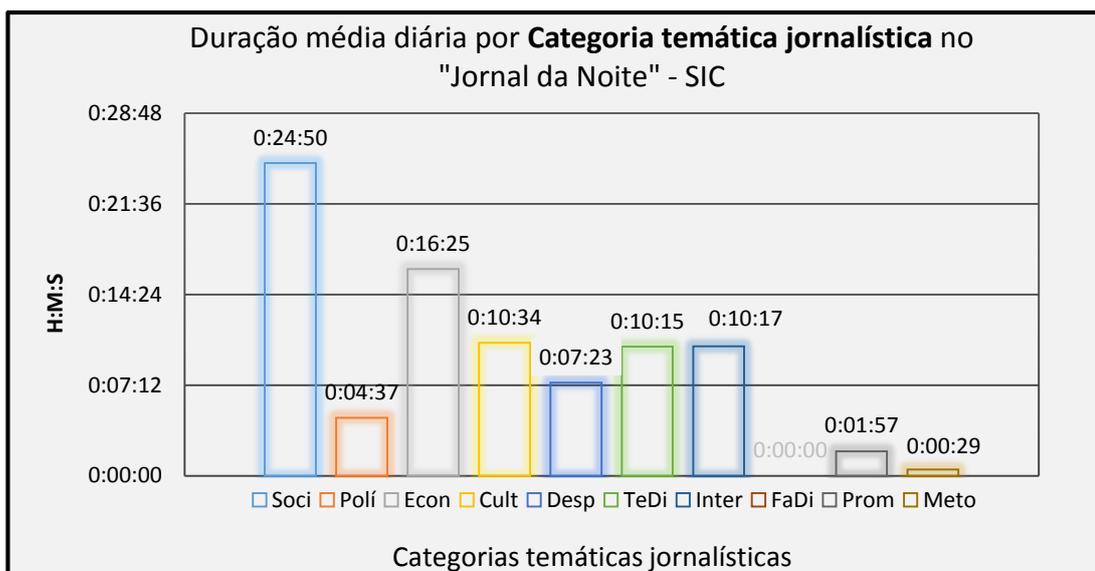


Figura 17

Na SIC também é o tema *Sociedade* a ocupar o maior espaço do tempo dentro do *Jornal da Noite*. A *Economia* a conquistar a segunda fatia de importância na escala de valores-notícia da estação. A isto não será alheio a importância da crise financeira em Portugal, mas como já foi referido anteriormente, o facto de ter provocado uma profunda alteração na vida das pessoas, acaba por reclamar uma grande atenção sobre a área económica.

Em relação à RTP há a destacar dois vetores bastante distintivos: a importância dada à *Cultura*, que se esperava fosse maior por parte do serviço público de televisão, apresenta um peso muito superior na programação da estação privada. Outro vetor importante é o do *Desporto*, que em termos absolutos na amostra não é muito diferente mas em termos de peso, tem uma importância significativamente menor em relação à RTP, ou seja 8,6% na SIC face a 18,6% na estação pública.

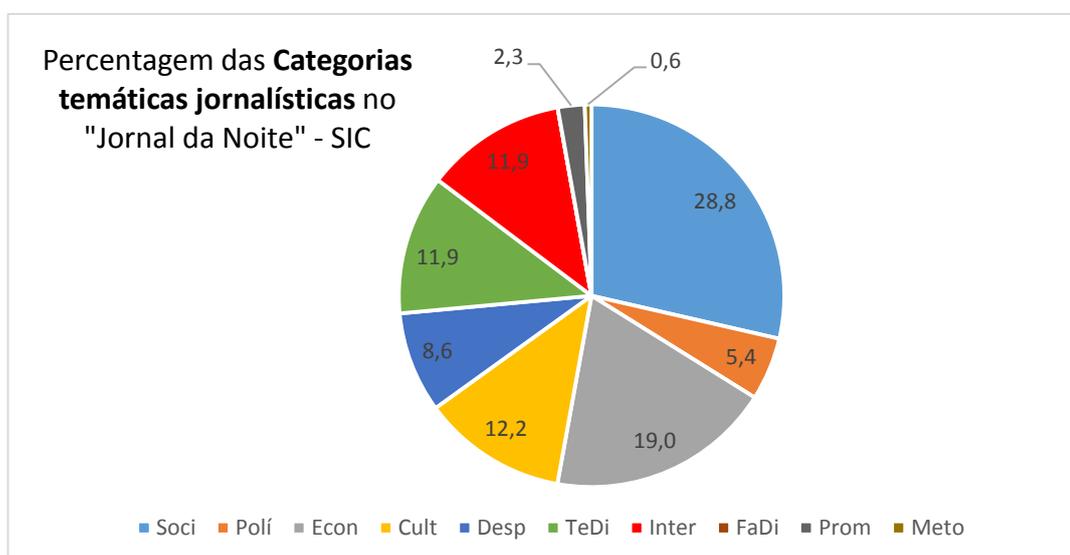


Figura 18

Na SIC parece haver em termos relativos um maior equilíbrio entre a atenção prestada às temáticas abordadas comparativamente à RTP. Como na estação pública, também a política nacional parece não estar a ter uma importância destacada nos Jornais Televisivos portugueses. Um olhar mais aproximado sobre a categoria predominante no *Jornal da Noite* permite-nos observar que o tema Justiça, Vários, Turismo e Saúde são os que ocupam a maior fatia do tempo de emissão.

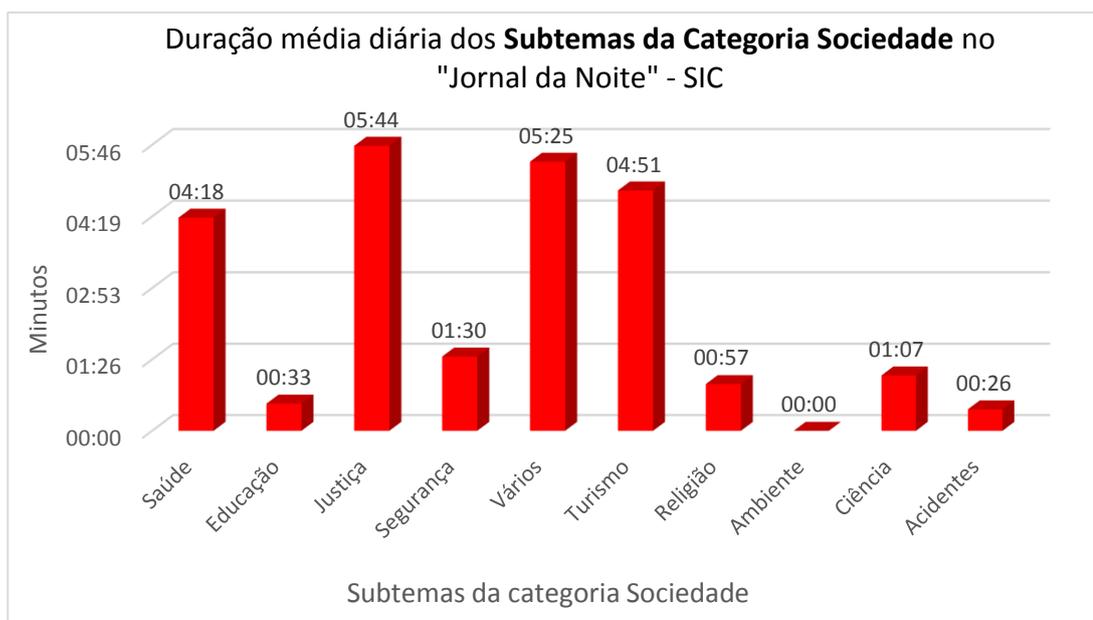


Figura 19

De notar em relação ao *Telejornal* que a Educação teve pouca atenção durante a semana em análise, e também a Religião não obteve a mesma preponderância que o *Telejornal* lhe deu. A destacar como na RTP a atenção privilegiada ao tema Justiça. Assim como na RTP também o género informativo classificado como Acidentes foi praticamente nulo.

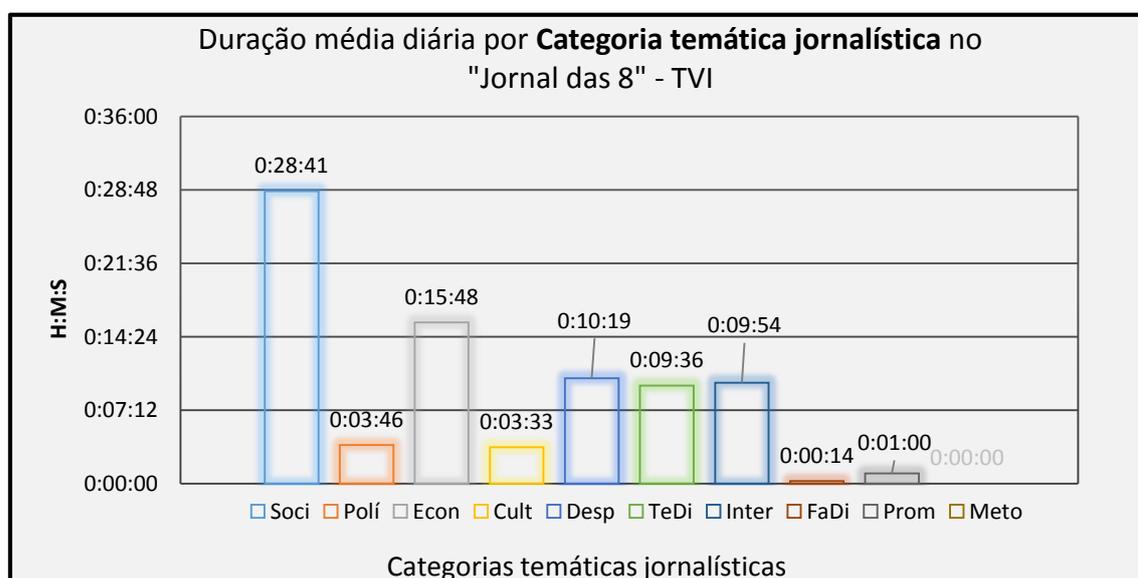


Figura 20

O *Jornal das 8* tem também como os outros concorrentes, o tema *Sociedade* como o que toma mais espaço no bloco informativo. Como no *Jornal da Noite* da SIC, a Categoria temática jornalística *Economia* ocupa a segunda posição. Demonstra claramente que ao contrário do panorama anterior, a crise económica veio trazer o tratamento da informação dessa área como primordial para as redações. A TVI dá mais algum destaque ao Desporto que a SIC, e com uma preponderância semelhante às temáticas *Internacional* e *temas diversos*. Em todos os canais os temas de política partidária estiveram na semana em análise, muito afastadas dos Jornais Televisivos. Também cultura esteve presente no *Jornal das 8* mas com um peso relativo muito menor em relação à SIC e à RTP.

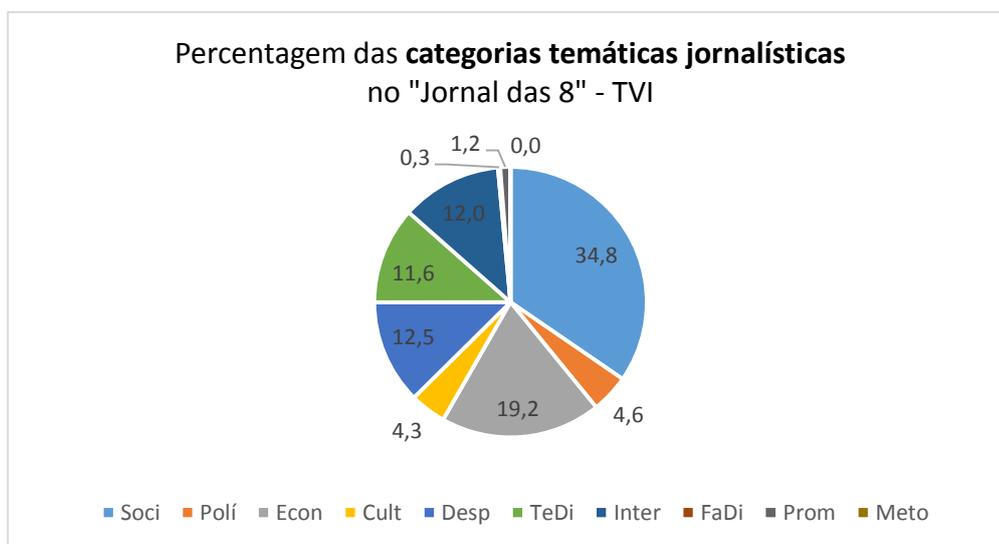


Figura 21

A TVI em termos de peso das Categorias temáticas jornalísticas apresenta algum equilíbrio entre Economia, Desporto e Internacional, assim como os Temas Diversos.

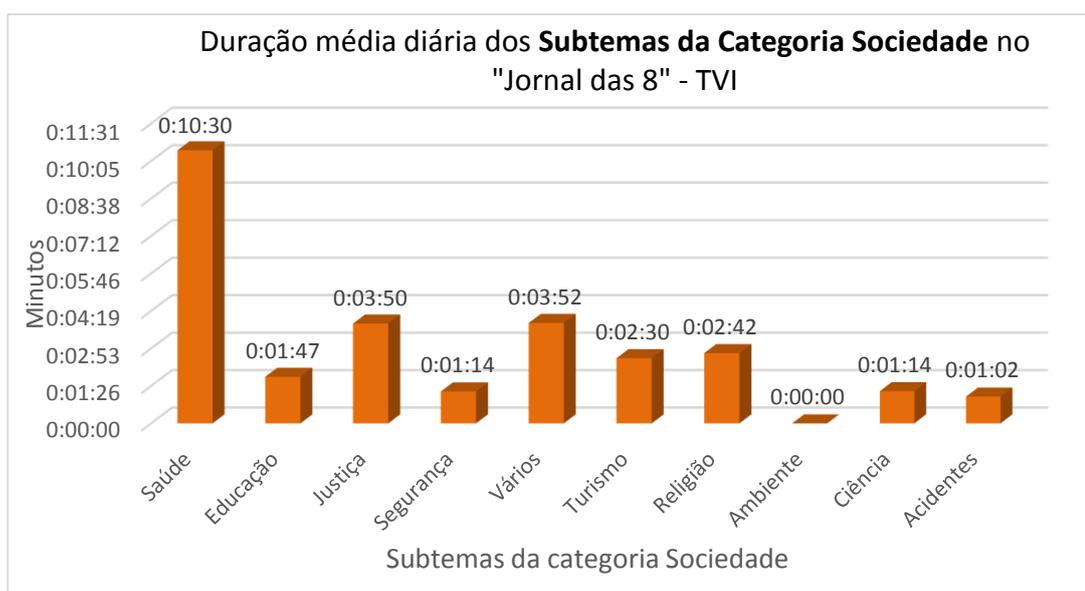


Figura 22

O que denota sobretudo uma grande preocupação com temas de sociedade, mais do que os outros Jornais Televisivos, ao que não será alheio o público-alvo mais típico desta estação.

Os temas de saúde alcançam um valor que nos outros canais não têm, apesar de todos abordarem com bastante atenção a Categoria - Sociedade. Depois surgem os subtemas Justiça, Turismo e Religião, em linha com o que acontece nos outros canais com exceção do último. Não esquecer que a Igreja esteve na génese do canal e que a estrutura poderá ainda manter um pouco essa matriz apesar do afastamento que houve entretanto. De ressaltar que durante toda a semana a temática do ambiente foi praticamente inexistente nos três canais ainda que a Ciência tivesse conseguido algum destaque. Mais uma vez também o tema Acidentes escapou por completo aos *Jornal das 8* ainda que com um pouco mais de tempo que nos outros canais televisivos.

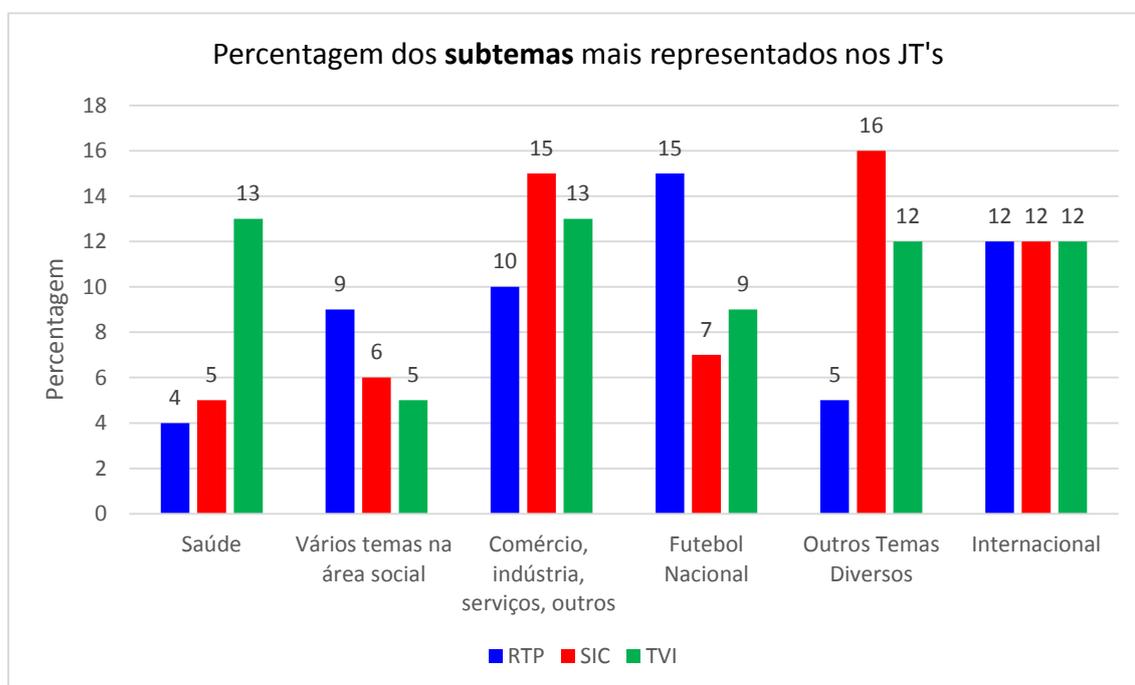


Figura 23

Os subtemas mais retratados nos Jornais Televisivos dos 3 canais são: *Saúde*, *Vários temas da área social*, temas relacionados com *comércio, indústria e outros*, *Futebol Nacional*, *outros temas diversos* e *Notícias Internacionais*. Entre os três Jornais Televisivos de *prime-time* destaca-se o facto de não existir uma similaridade em nenhuma das temáticas, ou seja uma ausência de homogeneidade. Situação inesperada já que alguns críticos referem ser inevitável a utilização de técnicas miméticas, admitindo agendas similares e critérios de noticiabilidade idênticos.

A TVI destaca-se claramente na cobertura de temáticas de *saúde* (13%) em relação aos outros canais, o que se poderá traduzir numa especial sensibilidade em relação a um público-

alvo mais interessado pelo assunto. Além disso as televisões em diferentes momentos, motivados por notícias ou acontecimentos, podem dedicar uma atenção particular a um determinado tema que esteja na ordem do dia. Isso pode explicar também a elevada percentagem das temáticas de saúde no *Jornal das 8* da TVI. Num dos dias da amostra, construiu um Jornal Televisivo onde deu grande destaque às doenças oncológicas. Tal opção deve-se ao anúncio da mastectomia preventiva efetuada pela atriz Angelina Jolie. Envolveu-se este tema com diversos casos idênticos de portuguesas, o que ocupou grande parte do bloco informativo do dia.

O *Jornal da Noite* da SIC por seu turno destaca-se ao nível das notícias sobre economia (15%), e o serviço público de televisão aponta em larga medida para temáticas ao nível do futebol nacional (15%).

Sugere o autor que de facto poderá existir uma correlação entre uma matriz e uma identidade mais específica provavelmente orientada segundo um padrão desejado para a *audiência* ou manutenção das *audiências* que preferem cada um dos Jornais Televisivos, mas que estará também na base dos valores-notícia privilegiados pela estrutura.

Do conjunto de dados ressalta também a completa igualdade no que toca ao peso das notícias de cariz internacional (12%), e que em relação a anteriores estudos parecem ter ganho uma nova dimensão nos Jornais Televisivos portugueses. Tal resultado poderá advir do crescente peso das instituições internacionais como a União Europeia na vida interna do país, especificamente ao nível da crise económica e com repercussões transcontinentais. Os tumultos na Grécia e a crise que grassa no país helénico assim como a possibilidade da realidade portuguesa se aproximar deste “cenário”, relevam o carácter disruptivo na ordem interna. As consequências da chamada “Primavera Árabe” são outro tópico importante que acaba por se relacionar em sentido lato com a chamada guerra de civilizações (um conceito bastante discutido) entre o mundo ocidental e em particular o mundo árabe que teve na altura da amostra um capítulo trágico com o assassinio de um soldado britânico nas ruas de Londres por militantes islâmicos.

Uma possível leitura sobre o facto de os três Jornais Televisivos prestarem a mesma atenção a notícias de cariz internacional poderá ainda residir na dependência atual dos canais generalistas portugueses da cobertura efetuada pelas agências noticiosas estrangeiras devido ao reduzido número de correspondentes internacionais. Redes que assim não permitem uma particular atenção a determinados acontecimentos de uma forma mais aprofundada por parte de um canal em relação aos outros.

Constata-se ainda a especial apetência para as temáticas de *sociedade* por parte da RTP (9%) em relação aos outros canais SIC (6%) e TVI (5%). Dos resultados obtidos parece não existir um claro domínio de uma categoria em especial. Havendo categorias com maior ou menor preponderância nos Jornais Televisivos de cada canal, nenhuma parece destacar-se de forma a que monopolize o foco das atenções dos canais, permitindo uma diversidade temática em quantidades repartidas.

De referir ainda a elevada importância dada por todos os Jornais Televisivos ao tema - *futebol nacional*. Uma temática desportiva, que para Shoemaker (2010), tem uma importância transversal a várias realidades mediáticas mundiais, e que em Portugal, quase exclusivamente no futebol, assume realidades socioculturais importantes acicatadas pela disputa tripartida entre Benfica, Sporting e Futebol Clube do Porto.

4.5.4 – Os “Atores” intervenientes nas Notícias

Analizadas as tendências de cada Jornal Televisivo quanto às Categoria Temáticas, ou seja os temas a que os blocos informativos mais se debruçam, valerá a pena tentar identificar quem são os principais “atores” das notícias, ou seja as fontes “em vivo”.

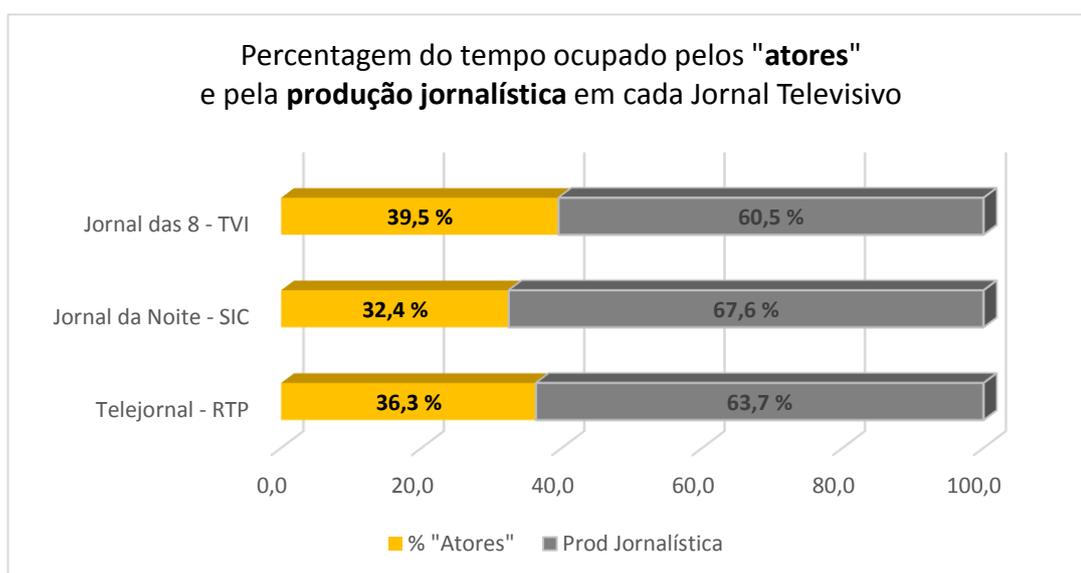


Figura 24

Pode constatar-se que a voz das fontes ocupa um espaço considerável em média por cada um dos JT, ultrapassando em regra um terço do tempo ocupado pelo Jornal Televisivo, sendo que é o *Jornal das 8* a dar mais “voz” a quem participa da notícia. A SIC é quem atribui mais tempo a jornalistas e comentadores para veicular a informação que chega aos telespectadores.

Seguidamente analisaremos o tempo médio de cada “ator” das notícias ocupado em cada Jornal Televisivo:

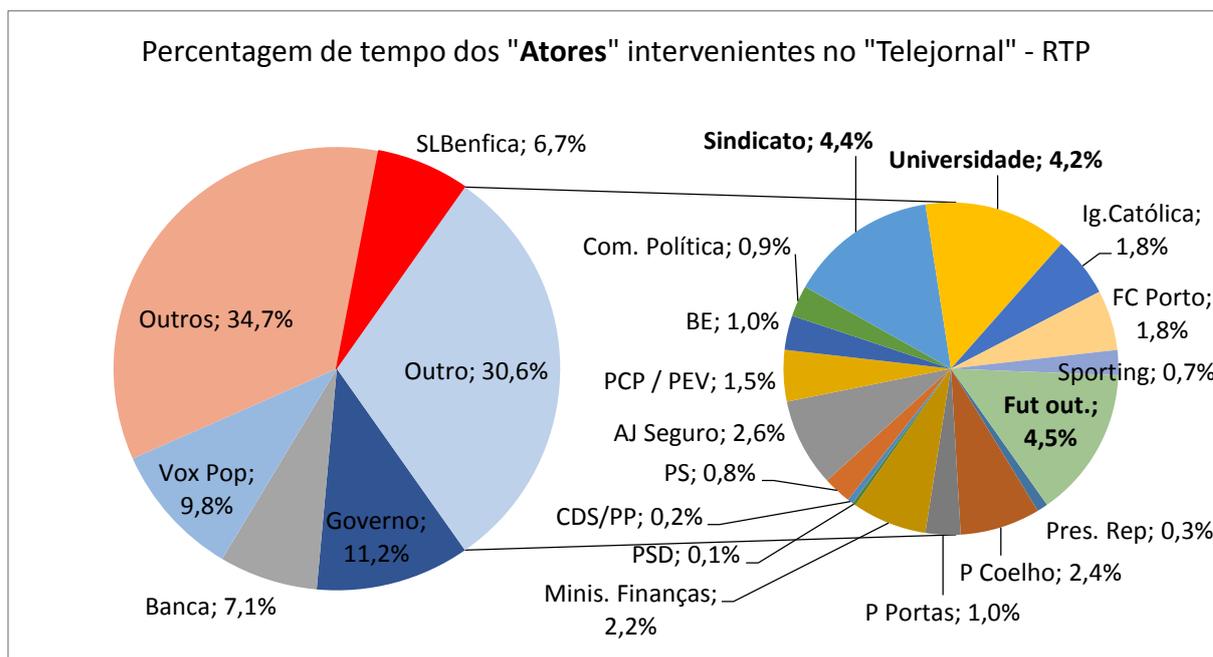


Figura 25

Na RTP a categoria *Outros* obtém o maior espaço de tempo a quem é dada voz. Segue-se o Governo que ocupa 11,2%, vem depois a população em geral, a Banca e por fim o Sport Lisboa e Benfica. A percentagem de tempo atribuída ao Benfica, não será de estranhar, a diferença de facto abismal para os diretos concorrentes pode estar associada à proximidade temporal de uma série de eventos onde o clube esteve envolvido (disputa da final de uma competição europeia, Liga de Futebol e Taça de Portugal). De relevar o tempo dado aos homens da Banca, o que revela de facto uma preponderância dos fatores económicos na atualidade. Passando para as categorias menos representativas em termos de tempo ocupado em antena, na RTP, o líder da oposição consegue ter uma pouco mais de espaço na grelha do que o primeiro-ministro, embora mínimo. De resto, a voz dos sindicatos quase ultrapassa o tempo dado à oposição.

Já a própria estratificação do governo na altura também parece revelar-se nestes dados, com o ministro das finanças a sobrepor-se em tempo ao líder do partido coligado com o PSD e ministro dos negócios estrangeiros, Paulo Portas.

Do grupo de “atores” com menor expressão em antena, destaca-se pela positiva a voz de fontes ligadas às universidades, a qual lidera com um valor de 4,2%.

De notar ainda a baixa percentagem que o Presidente da República conseguiu obter durante o tempo da amostra.

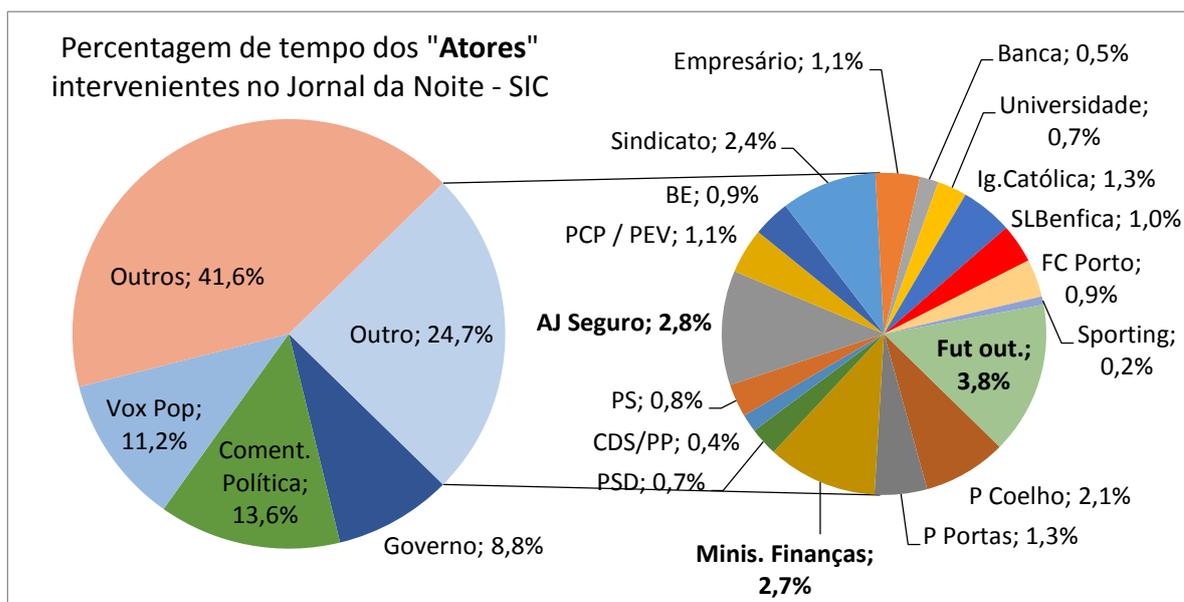


Figura 26

Na SIC a voz da categoria *Outros* obtém quase mais 8% do que na RTP o que poderá indiciar uma multiplicidade maior de vozes nas reportagens, mas de notar que o Jornal Televisivo na SIC ocupa muito mais tempo que na RTP o que permitirá uma maior variedade de fontes. Esta parece ser uma tendência estrutural nas fontes utilizadas pela SIC. Também o povo (*vox populi*) tem mais voz na SIC do que na RTP. De notar ainda a elevada percentagem dada aos *comentadores políticos* que compõem uma das maiores fatias do tempo em antena, ainda mais do que os populares. O governo também consegue uma fatia considerável ainda assim tem menos espaço da emissão que no *Telejornal*.

Entre as vozes menos presentes no *Jornal da Noite* temos que à semelhança da RTP o primeiro-ministro (2,1%) teve menos tempo de antena que o líder da oposição (2,8%). Aliás na SIC, o ministro das finanças obtém maior fatia do que o próprio Pedro Passos Coelho (a razão assentará na primazia que a SIC dedica à economia. Já o Presidente da República na SIC não obteve qualquer tempo de antena.

Uma das principais diferenças notadas em relação à RTP é o muito menor peso que as notícias desportivas ocupam no Jornal. Mantém ainda assim a tendência para o Sport Lisboa e Benfica ocupar mais tempo de antena (1%) ainda que com uma diferença muito inferior face aos canais concorrentes.

De notar ainda o menor peso que os sindicatos tiveram na SIC em relação ao que se passa no *Telejornal*, e a maior presença dos empresários (ao contrário da RTP), que poderá representar uma diferença de atitude na abordagem das questões económico-laborais entre os dois canais. Tal fenómeno também se repete na TVI que segue uma visão mais similar à estação

de Carnaxide. Já por outro lado, a Banca obtém na SIC números residuais (0,5%) face à RTP, que apresenta valores de 7,1% no *Telejornal*. Noutra vertente também as fontes universitárias e da Igreja obtém menor tempo de exposição.

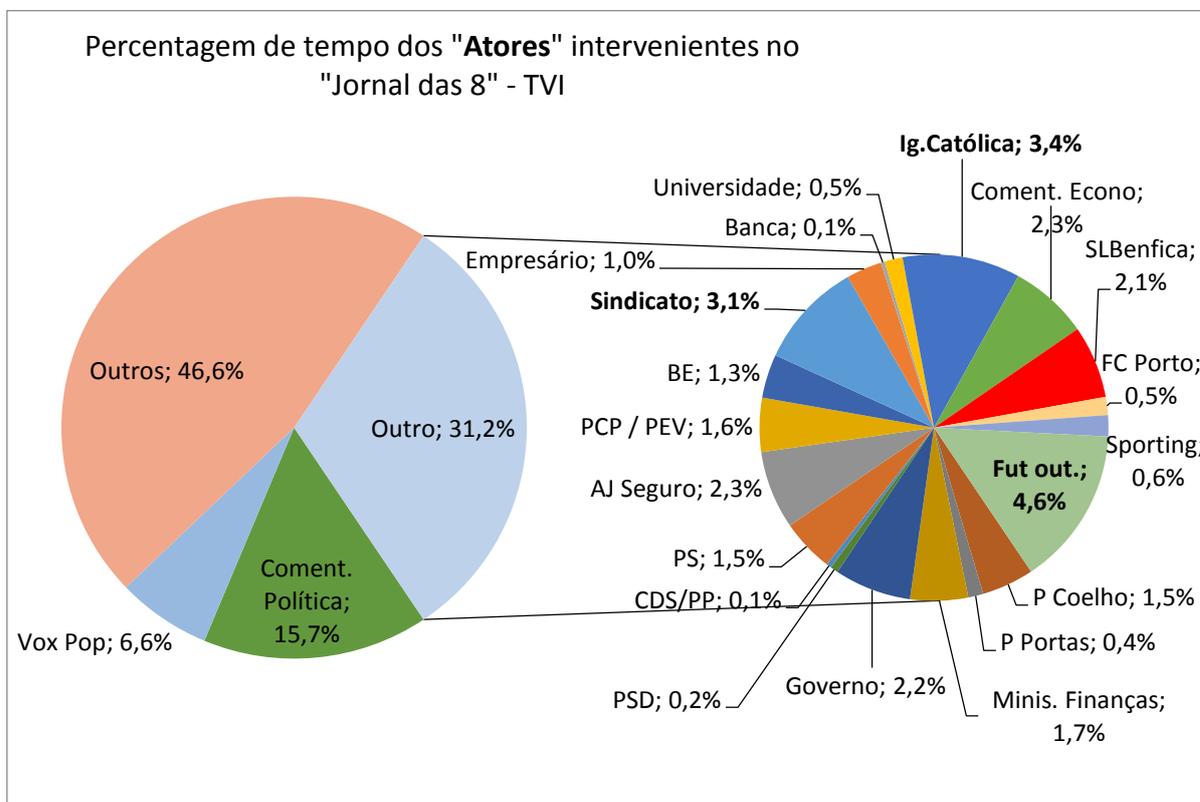


Figura 27

Na TVI a categoria *Outros* obtém perto de 47% de peso das vozes das notícias. Aliás o perfil em termos da diversidade das fontes, assim como o tempo que lhes é disponibilizado, assemelha-se ao perfil da outra estação privada. Também na TVI se atribui bastante tempo aos *comentadores políticos*, a que terá de se somar ainda os comentadores de economia. Poderá inferir-se que a TVI opta por uma aproximação aos telespectadores numa ótica de explicar a intrincada teia técnica das temáticas subjacentes.

Analisando sob o prisma do tempo dedicado aos “atores” das notícias em termos médios por bloco noticioso, o perfil do *Jornal das 8* da TVI é similar ao do *Jornal da Noite* da SIC. Denota-se uma maior atenção face à oposição e sindicatos comparativamente aos outros jornais.

Em todos os Jornais Televisivos parece haver uma tendência para minorizar o papel dos partidos, centrando nos líderes as questões fundamentais a nível das decisões governamentais e luta político-partidária. Como na SIC, também a TVI tem valores residuais das *voces* da banca, ao contrário do grande peso relativo nas notícias da RTP. Isto poderá ter a ver com uma abordagem menos institucional por parte dos canais privados.

4.5.5 - Os “Atores” Institucionais

Sem a construção de um espaço público em que a sociedade democrática debata e discuta, não é possível cumprir-se plenamente a democracia. A informação é assim intrinsecamente um bem sem o qual o indivíduo não pode exercer a sua cidadania plena. Dessa forma preenche-se uma das mais nobres causas da informação, que surge como elemento agregador do debate político para que possa esclarecer a sociedade civil na busca e construção de uma base política solidamente enraizada na opinião pública.

No tempo total dos Jornais Televisivos ainda que a *política* não tenha tido resultados de enorme peso em termos de duração média num jornal, é necessário perceber as tendências de cobertura já afloradas anteriormente.

Assim temos que quanto ao tempo dado aos “atores” políticos:

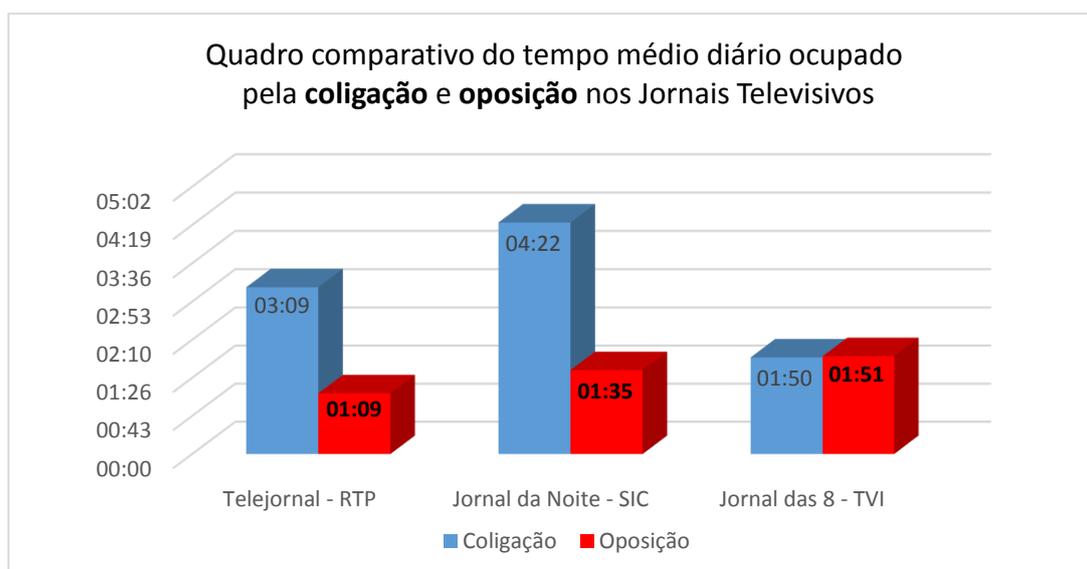


Figura 28

A SIC é quem acaba por dar maior tempo às fontes políticas em termos absolutos, seguida da RTP. Em termos percentuais o desnível entre o tempo de emissão dadas em média por jornal é similar em ambos os canais, sendo a voz dos membros da coligação 73% do tempo das vozes políticas e 27% das vozes da oposição. A TVI surge com um panorama bastante diverso em que o equilíbrio é quase total entre o tempo despendido com fontes da coligação e fontes da oposição. Aparentemente será a TVI a operar num contexto mais equitativo, no entanto peca a análise por não enquadrar em termos qualitativos as declarações das fontes, que

permitam inferir se neste caso poderá ser lido que sobretudo na RTP e na SIC, a orientação editorial reforce positivamente ou negativamente a coligação governamental.

Ao olhar mais atentamente conseguimos ainda perceber algumas tendências. Primeiro as fontes partidárias parecem quase inexistentes com exceção da TVI, que no caso do parceiro de coligação CDS, durante o período da amostra não deu voz ao líder do partido, contrariamente ao *Jornal da Noite* onde Paulo Portas obteve em média 9,9% do tempo das fontes da coligação. A TVI parece compensar esta falta de voz do líder do CDS com uma maior atenção pela política partidária face aos concorrentes.

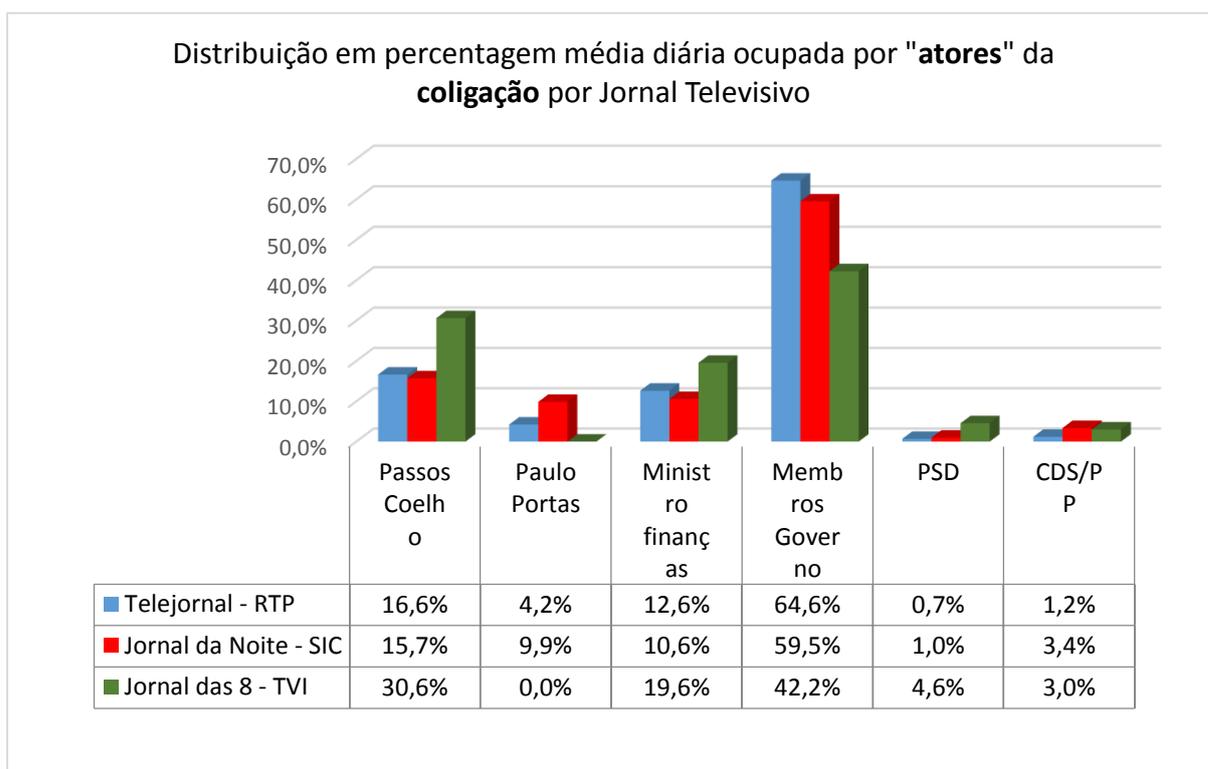


Figura 29

Já na RTP observa-se uma maior quota percentual a fontes ministeriais do que os concorrentes, o que poderá traduzir-se por um maior apego à agenda governamental na perspetiva de uma televisão estatal. A TVI parece por seu lado personalizar mais na figura do primeiro-ministro e no ministro das finanças as questões relativas às problemáticas da coligação.

No caso da oposição observamos que o líder do PS tem, como seria de esperar pela dimensão do partido, a maior fatia do tempo dedicado aos partidos fora do governo com representação parlamentar.

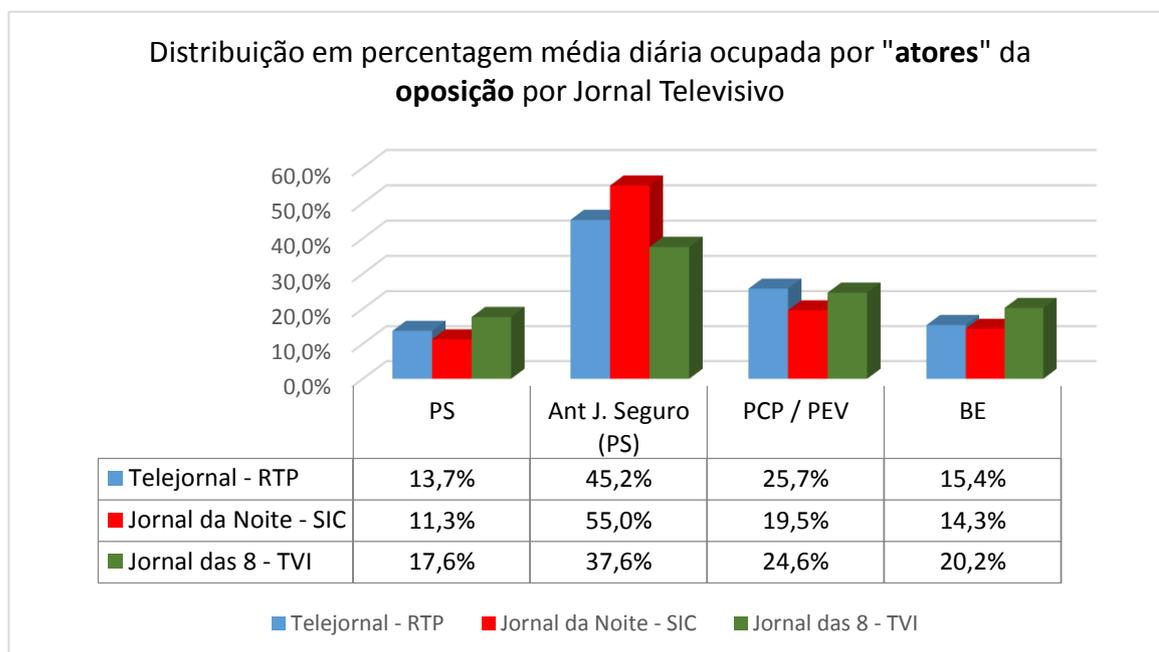


Figura 30

A SIC, pelo menos na semana da amostra parece atribuir grande parte da importância do discurso político ao líder da oposição por contraponto aos partidos mais à esquerda. Na TVI acaba por existir um maior equilíbrio entre os diferentes partidos de oposição, embora, tanto a TVI como na RTP se dá mais espaço ao líder do partido socialista. De notar ainda que, em relação ao tempo médio dado em vivo aos outros partidos parece estar distribuído de uma forma semelhante ao peso dos mesmos no parlamento. A RTP é no entanto mais desigual que os canais privados na comparação entre o tempo de emissão atribuído por JT aos “atores” do Partido Comunista Português e ao Bloco de Esquerda, atribuindo mais espaço televisivo aos primeiros.

4.5.6 - Os “atores” desportivos

Como já referido anteriormente, o fenómeno desportivo ocupa uma parte importante do tempo dedicado às notícias. O jornalismo desportivo é uma área impelida comercialmente pela atenção que consegue despertar por parte das *audiências*, ou não fossem os grandes eventos desportivos como os jogos olímpicos ou o mundial de futebol a obter o mais alargado público televisivo a nível mundial. Em Portugal o fenómeno é quase monopolizado pelo futebol em particular pela polarização de paixões em torno dos três principais clubes nacionais, o Sport Lisboa e Benfica, o Futebol Clube do Porto e o Sporting Clube de Portugal. Nessa perspetiva

decidiu-se comparar o tempo médio por Jornal Televisivo dado aos “atores” de cada um destes três clubes em relação ao tempo global ocupado por eles no alinhamento do Jornal Televisivo.

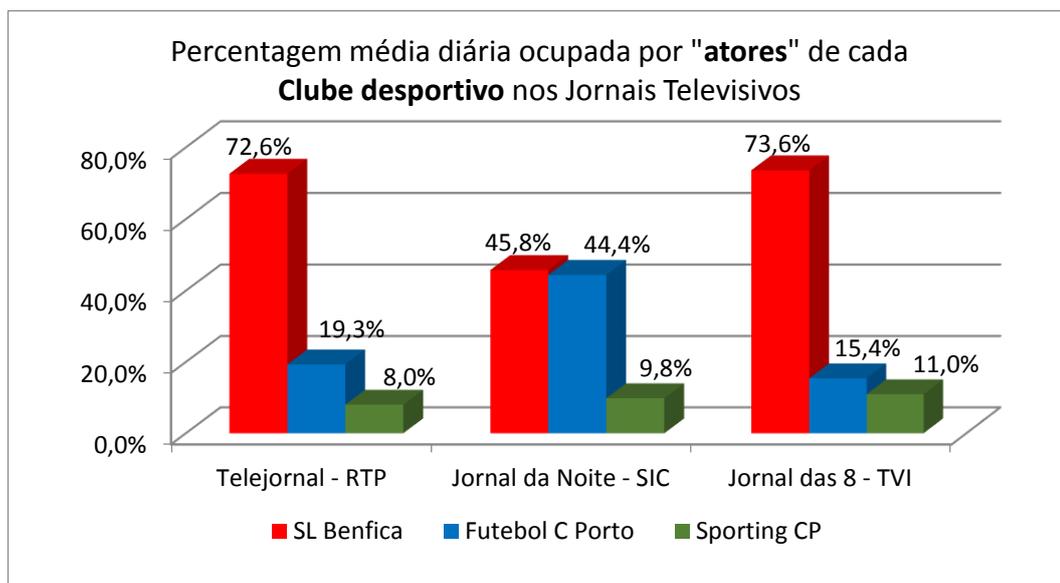


Figura 31

As fontes ligadas ao Benfica são em todos os canais as que mais tempo obtêm para veicular a suas mensagens, sendo que no *Jornal da Noite* existe um maior equilíbrio entre o tempo dado a Benfica e Porto. Já o tempo disponibilizado aos “atores” do Benfica pela RTP e a TVI surgem abissalmente distantes das vozes de outros clubes. De referir por exemplo que na RTP foi dado em média por jornal 1m:29s a vozes desse clube. De facto, é este clube que mais adeptos mobiliza em Portugal e que o jornalismo desportivo “mais vende”, assim não será estranha esta desproporção, ainda que, no caso da televisão de serviço público possa ser mais facilmente criticável. No entanto há que ressaltar que houve uma reportagem especial na RTP com o treinador e reconhecida figura ligada ao SL Benfica, António Oliveira, mais conhecido por Toni. De resto, o tempo dado a cada clube em termos hierárquicos corresponderá ao peso relativo que cada um destes três clubes desportivos possui junto dos adeptos de futebol.

4.5.7 - Todos iguais todos diferentes

A homogeneidade nos Jornais Televisivos

Um dos temas mais discutidos pelos “produtores” de informação televisiva na atualidade tem a ver com o facto das agendas se sobreporem e de existir pouca diferenciação entre as diferentes agendas noticiosas, o que acaba por consumir espaço a uma eventual multiplicação de temas e visões. Assim, obtiveram-se os seguintes resultados médios em que se mediu a percentagem de homogeneidade entre os três Jornais Televisivos do horário nobre.

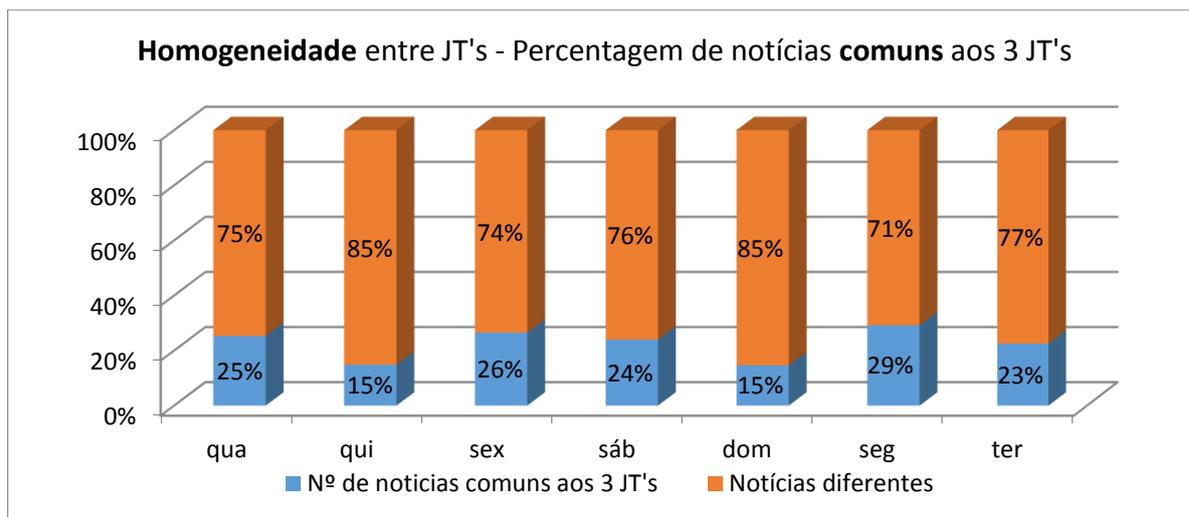


Figura 32

Quinta e domingo foram os dias em que menos notícias iguais foram apresentadas nos três blocos informativos. Segunda-feira teve 29% do número de notícias iguais no mesmo jornal. A média fica situada nos 22,4% de semelhança por semana, mas há pelo menos dois pontos a ressaltar: se fossem emparelhados os jornais dois a dois (por exemplo SIC e TVI), o nível de semelhança seria bastante superior e ainda aumentaria se comparássemos com o dia seguinte ou o anterior. Ou seja verificou-se que determinadas peças passaram em dias diferentes noutro canal.

4.5.8 - O Âmbito Geográfico das Notícias

Uma das questões colocadas normalmente em Portugal, até em diferentes áreas da sociedade é o elevado centralismo do país, cingindo-se grande parte da vida pública a Lisboa. Nessa perspetiva, parece útil perceber se a nível noticioso, a capital portuguesa retém grande parte da “matéria-prima” jornalística.

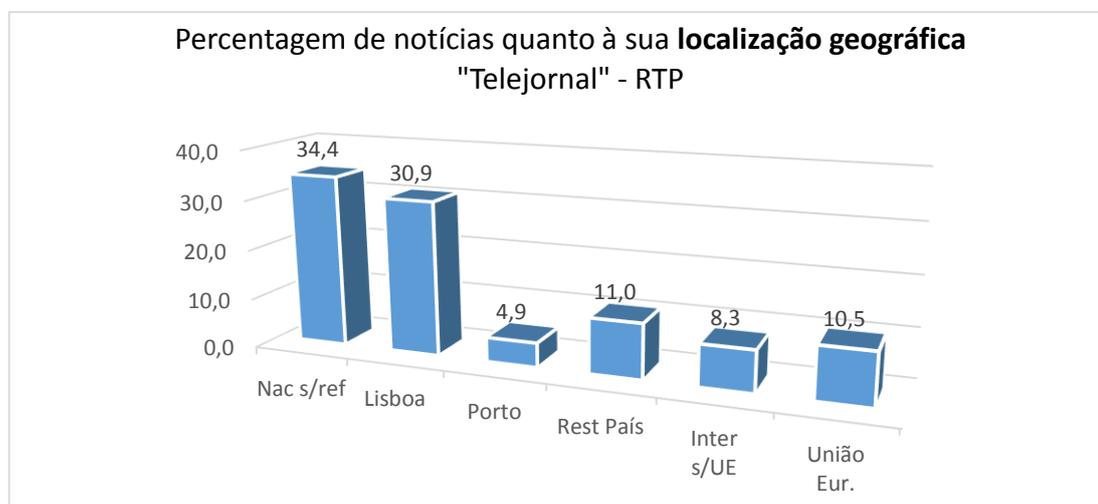


Figura 33

Retirando da equação as notícias categorizadas como *Nacional sem referência*, onde se enquadram reportagens em que a temática abordada se relaciona com o país no geral e não é referida uma localização particular, ou um *Talking Head* onde geralmente também não é fácil localizar, temos no *Telejornal* que Lisboa é claramente o local de onde a maioria das notícias é reportada. A diferença média diária por *Telejornal* é de 26% para a segunda cidade do país, a cidade do Porto. Uma diferença também significativa para o resto do país, que ocupa 11% do tempo do bloco informativo da noite da RTP. Quase o mesmo tempo de jornal que ocupam as notícias passadas na União Europeia, uma categoria que adquire um destaque assinalável. Ainda mais, porque se se juntar as notícias internacionais, é obtido um valor de quase 19% do tempo gasto com o bloco noticioso.

À semelhança, o *Jornal da Noite* despende muito mais tempo do alinhamento com notícias em Lisboa, com larga margem para as restantes localizações.

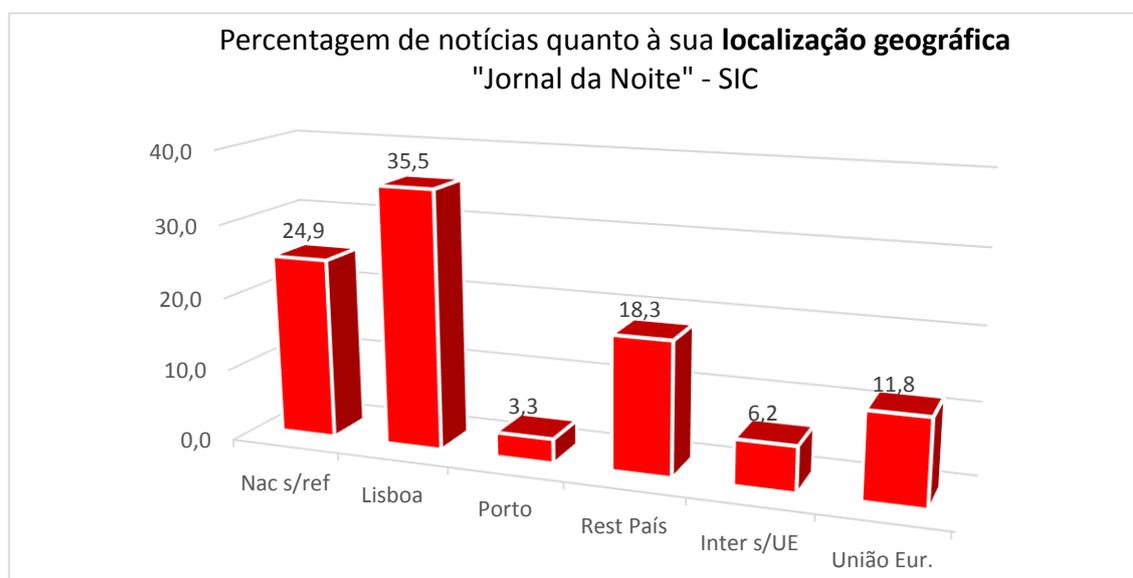


Figura 34

A diferença na SIC do tempo noticioso dedicado ao Porto e a Lisboa ainda é mais acentuada, cerca de 32% do tempo do jornal, o que tendo em conta a maior duração do mesmo ainda será uma diferença mais significativa. Por outro lado, em relação à RTP, o *Jornal da Noite* parece dar uma maior atenção ao que se passa no resto do país. Se a diferença pode em relação à cidade do Porto, refletir até certo ponto o facto de a estrutura da RTP na cidade nortenha ser mais desenvolvida em relação à da SIC, o mesmo é verdade em relação ao resto do país, sem no entanto se refletir nos resultados. Relativamente ao tempo consumido pela informação da União Europeia, o perfil da SIC é similar ao da RTP, obtendo uma importância de relevo, facto a que não será alheia a crise económica e as soluções procuradas a nível europeu.

No *Jornal das 8* da TVI acentua-se ainda mais o peso que a informação com origem noticiosa em Lisboa tem face ao resto das localizações referidas.

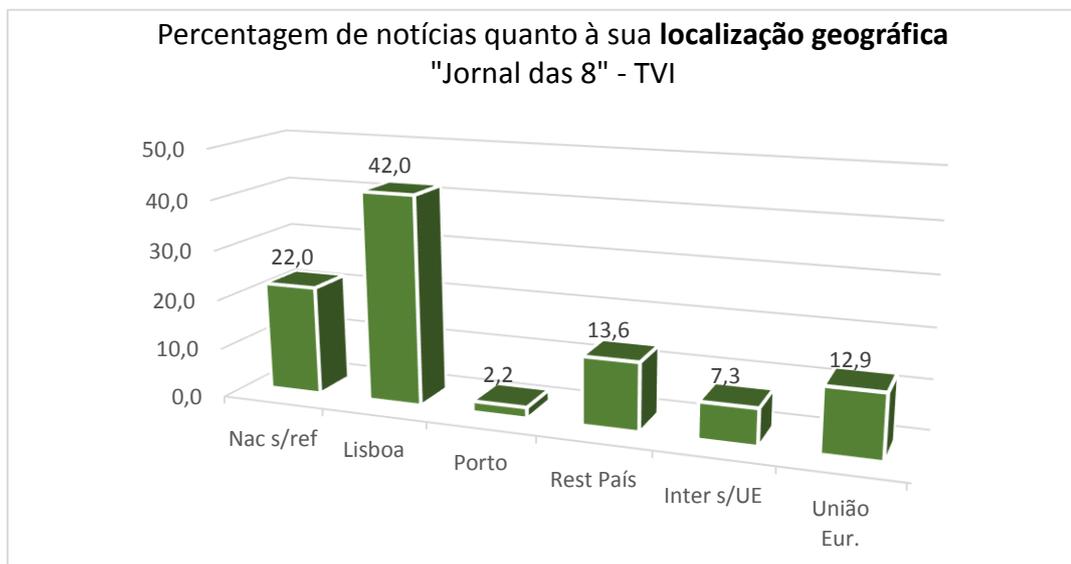


Figura 35

A informação da cidade do Porto ocupa apenas em média 2,2% do espaço de antena na TVI, quase 40 pontos percentuais atrás da capital do país. Nota-se então que todos os canais parecem padecer do mesmo centralismo na capital. Já no caso do tempo ocupado com notícias de origem na União Europeia, a TVI segue a linha dos outros concorrentes, atribuindo bastante importância a notícias dessa origem geográfica. Em relação a notícias do Resto do País, a TVI coloca-se numa posição intermédia entre o canal de serviço público de televisão e a SIC.

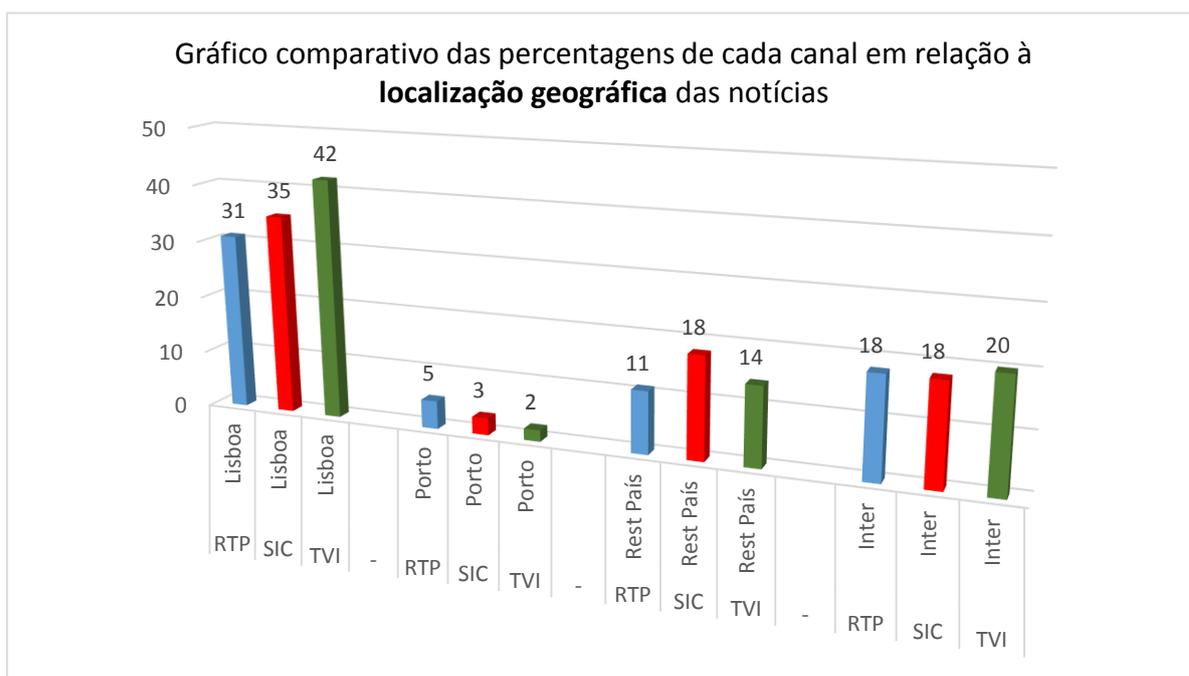


Figura 36

É na atenção dispensada ao Resto do País que surge uma potencial crítica dirigida ao canal de serviço público de televisão, pois apesar de uma estrutura reforçada de meios técnicos e humanos, não parece que tal facto torne a sua cobertura regional mais representativa. Tanto mais, que no caso das televisões privadas os correspondentes nacionais são usualmente entidades subcontratadas, ao contrário da RTP que possui delegações próprias.

4.5.9 - A temática da crise

Desde 2008 que o tema crise, primeiro financeira e depois económica, que se adensou sobre a Europa da zona euro em geral, e de uma forma mais aguda na Irlanda, Grécia e Portugal. Neste contexto, a realidade socioeconómica do país alterou-se drasticamente. Uma série de convulsões sociais e políticas provocou uma visão negativista sobre o futuro de Portugal e tonou-se o tema central na vida dos cidadãos e consequentemente nos critérios de noticiabilidade. Este é certamente um conteúdo noticioso com “forte carácter desviante” pelo potencial impacto de mudança social, e de “forte significância cultural” nos termos aplicados por Pamela Shoemaker (Silveira e Shoemaker, 2010). Assim a temática económica surge nos Jornais Televisivos de hoje como peça fulcral de um futuro coletivo incerto, onde o termo crise é incontornável. Aliás, o conceito de crise enraizou-se de tal forma no discurso e na abordagem, que perpassa por todos os géneros informativos, seja na temática social, saúde ou política, e não apenas na área económica.

Pode-se então quantificar dentro dos diferentes Jornais Televisivos de horário nobre, o tempo ocupado com reportagens em que a crise é tema subjacente.

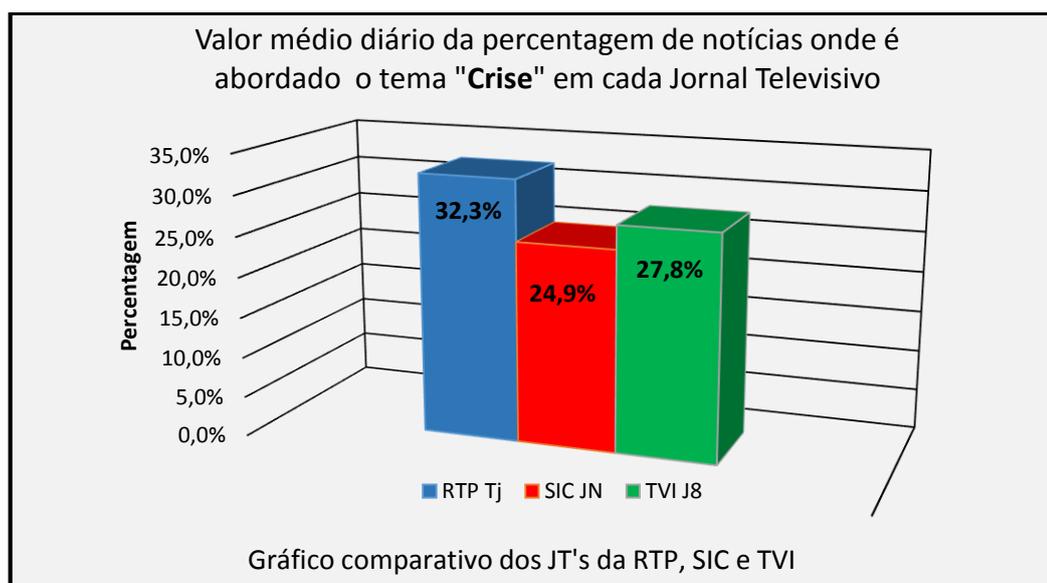


Figura 37

O que se depreende de facto, é a enorme fatia que a crise toma para si como cerne da informação jornalística. No caso do *Jornal da Noite* cerca de um quarto do tempo, e de lembrar que este Jornal Televisivo tem cerca de 1h:26m de tempo médio, e na RTP quase um terço do *Telejornal* aborda temas relacionados com a crise económica. Seria expectável maior preeminência na TVI e na SIC se os Jornais Televisivos fossem menores.

Ressalvando que foram utilizadas metodologias diferentes é de notar que em 2002 o número e o tempo de duração das notícias era dominado pela temática do desporto, no *Telejornal* da RTP - 19,6% do número de notícias e 16% do tempo era ocupado por esta temática. A economia em sentido estrito ocupava apenas a décima temática com maior exposição, com 3,2% do número de notícias e 4% do tempo. No *Jornal da Noite* da SIC os números e posições são quase idênticos. Na SIC por esta altura apenas 10% das notícias eram sobre assuntos com potencial de mudança social desviante. Na TVI os temas de ordem interna (por exemplo manifestações) ocupavam o topo do número de notícias do *Jornal Nacional*, a economia em sentido estrito surgia em oitavo lugar com 3,9% do número de notícias. Uma tendência aliás correspondente no cenário a nível mundial como demonstrado no estudo de Pamela Shoemaker e Akiba Cohen, *News Around the World*, elaborado entre 2000 e 2002 (Silveira e Shoemaker, 2010: 235).

Recorde-se portanto, que nos dados deste estudo, a Categoria Temática *Economia*, atinge uma média de cerca de 19% do tempo ocupado no alinhamento dos JT's. Pode-se depreender assim a importância e o impacto que o tema teve no tecido social do país, lançando o debate, mas também eventualmente uma visão catastrofista sobre a crise que poderá amplificar a gravidade da situação.

4.5.10 - A Lógica do Intervalo

A estrutura e alinhamento de um Jornal Televisivo segue uma lógica de “controlo de danos” na ótica da obrigatoriedade da existência de um intervalo, em que se tenta minimizar a perda de *audiências*. Este espaço há muito que perdeu o conceito de separação entre dois momentos distintos, mas sim uma parte integrante do jornal, numa lógica de fluxo. Em termos de venda de anúncios alterou-se o paradigma em que o que era vendido era o tempo do anúncio, para uma realidade mais similar ao conceito web de visualizações. Um determinado anunciante compra não um determinado tempo mas uma *audiência* (por exemplo; um “anúncio” passa até atingir um número de visualizações de 2 milhões de pessoas). Esta realidade determina que não exista um antagonismo entre o Departamento Comercial e a Direção de Informação. Ambas

trabalharão para minimizar a migração das *audiências* que ocorre no intervalo. Recorde-se que este é um dos blocos publicitários que maiores receitas providencia às estações de televisão, como referido em Silveira e Shoemaker (2010).

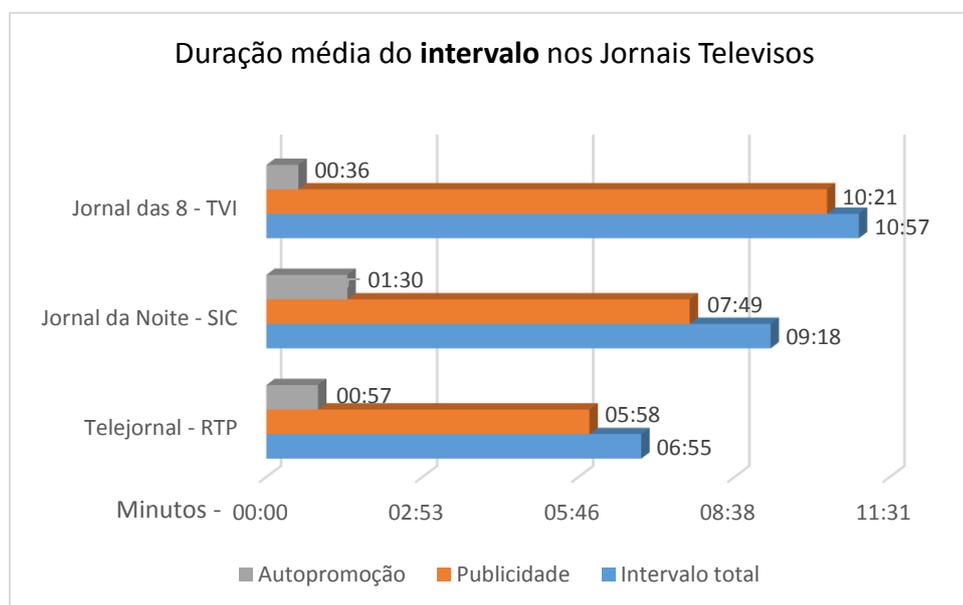


Figura 38

A TVI é que quem acaba por ter um tempo mais longo de intervalo entre as três estações, e é também a estação que ocupa mais tempo com inserções publicitárias. A SIC por seu turno passa mais tempo que a concorrente privada direta a autopromover a programação da estação, o que sugere porventura uma visão mais estruturada da grelha face à TVI que opta por tentar rentabilizar o máximo do tempo permitido por lei para passar publicidade.

Se num primeiro momento se poderia discernir a orientação comercial, sobretudo numa estação privada, para que os intervalos decorressem nos picos de *audiência*, isso não tem correspondência com a realidade. O intervalo é encarado pela estrutura como um mal necessário à sobrevivência e um instrumento utilizado na competição pelas *audiências*.

Quem coordena o Jornal Televisivo sabe que a perda de *audiências* para os concorrentes acontece em larga medida durante um intervalo. Assim a estratégia dos coordenadores dos Jornais Televisivos em horário nobre segue uma perspetiva de “controlo de danos” e de conquista de *audiências* aos concorrentes. A preocupação da grelha de programação funciona a outros níveis, tendo de se ocupar com o programa que se segue ao JT e ao que o antecede. Recorde-se que no jargão apelida-se o programa anterior ao Jornal Televisivo de “calçadeira”, devido à importância de conseguir arrastar o maior número possível de telespetadores para o bloco informativo. A competição pela *audiência* assume assim várias vertentes onde o período publicitário é um dos vetores levados em conta, assistindo-se a uma guerra não só de

programação mas também de blocos publicitários, especialmente em relação à colocação do mesmo durante a programação do Jornal Televisivo. Desta forma os coordenadores poderão seguir diferentes estratégias quanto ao posicionamento na grelha do bloco publicitário. Uma possibilidade é o de antecipar o máximo a ida para intervalo de forma a capitalizar em termos de *audiência* a saída dos canais concorrentes que saíam para intervalo posteriormente. Outra visão poderá ser atrasar o máximo possível o intervalo de forma a capitalizar ao longo da emissão o interesse das *audiências* que migram quando os concorrentes fazem os intervalos. Seguidamente analisa-se o horário em que o intervalo foi introduzido nos diferentes jornais.

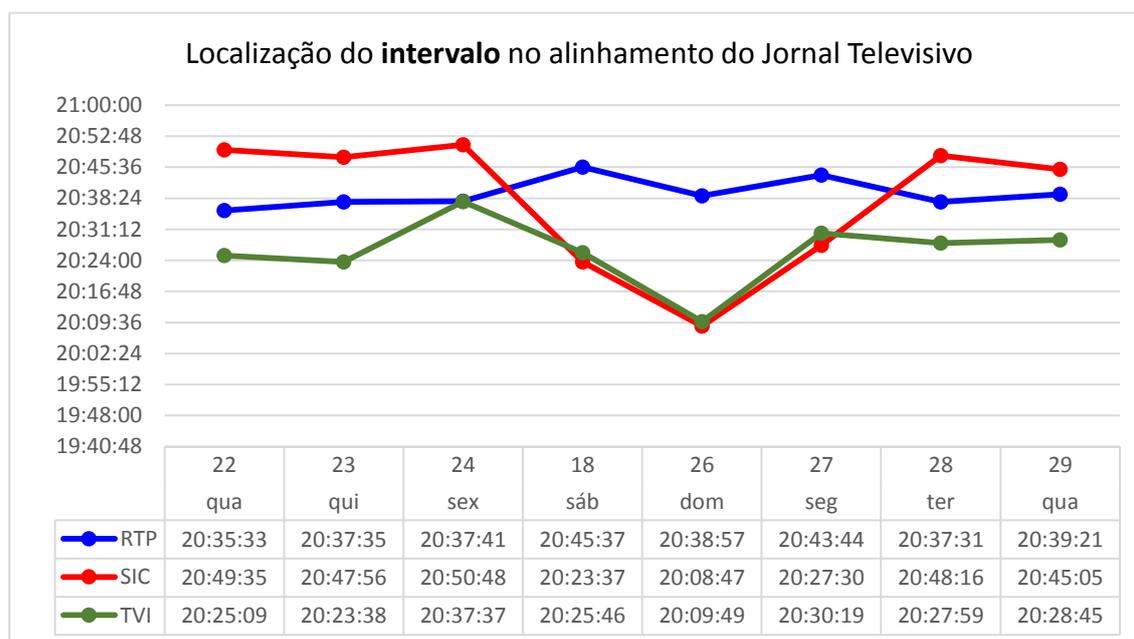


Figura 39

Da análise ressalta a postura da RTP com um horário relativamente fixo para fazer o intervalo em todos os dias da semana, parecendo de certa forma imune a estratégias mais agressivas com os seus concorrentes. Com Jornais Televisivos mais pequenos, mas também com intervalos menores e com um limite de publicidade máximo de 6 minutos por hora que é metade dos canais privados (imposto pela lei da televisão), é sugerido pela observação dos dados, que a estratégia comercial de colocação do bloco publicitário não é um vetor fundamental para a RTP.

Quanto às estações privadas, durante a semana a TVI segue para intervalo quase sempre bastante tempo (cerca de 25 minutos) antes do *Jornal da Noite* da SIC, embrenhando-se na lógica de tentar recuperar posteriormente a *audiência* perdida durante o intervalo do canal de Carnaxide. Por seu turno a SIC só entra em intervalo quase uma hora após o início do jornal, na tentativa, possivelmente, de tentar manter no canal durante mais tempo a eventual migração de telespectadores da TVI para a SIC. Do ponto de vista da SIC, a leitura que se pode fazer é a

de que “encostando” o intervalo na parte final do *Jornal da Noite*, os responsáveis procuram fixar a *audiência* que se prepara para assistir ao bloco das novelas portuguesas do canal de Carnaxide (no período da amostra com valores de *share* elevados). Os gráficos seguintes atestam o fenómeno de perda de *audiências* durante os intervalos e a conquista dos concorrentes de novos telespectadores. O intervalo é marcado pela zona a cinza.

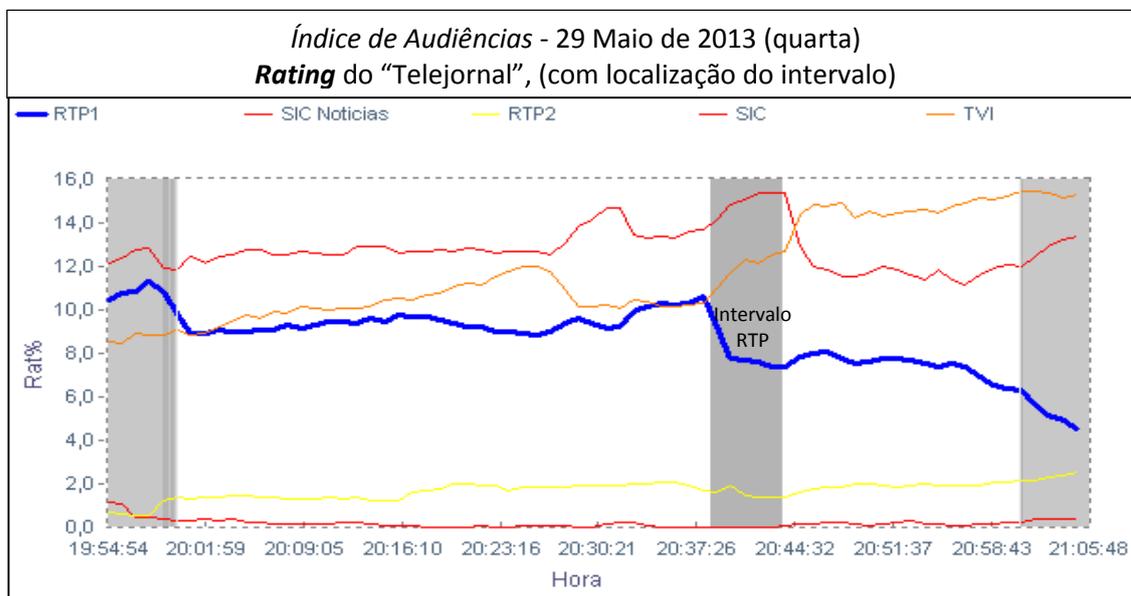


Figura 40

Fonte: Dados GFK/CAEM

É claramente assinalável a queda do *rating* da RTP durante o intervalo, que sofre uma diminuição de cerca de dois pontos logo no momento da interrupção. É também expressamente distintiva a subida similar dos outros dois canais concorrentes no mesmo instante. Daqui ressalva-se ainda o facto que em termos de *audiência* as duas partes são claramente distintas e já não existe uma recuperação da RTP na segunda metade do bloco informativo.

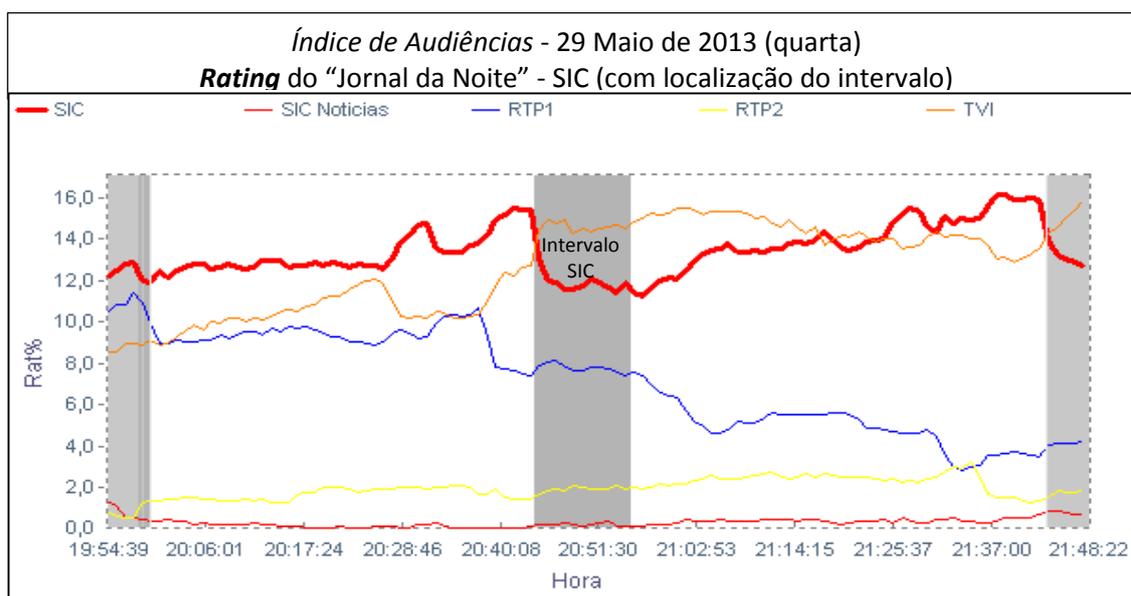


Figura 41

Fonte: Dados GFK/CAEM

A SIC é o último dos três canais a entrar em intervalo, já depois da TVI ter regressado da sua interrupção. Mais uma vez, nota-se a quebra acentuada da *audiência*, mas neste caso quem mais parece ganhar é a TVI, a RTP enceta apenas uma ligeira recuperação. Ao contrário da estação pública, a SIC consegue no entanto recuperar após regressar de intervalo. Verifica-se também o fenómeno sobre o qual se versou, da duração dos telejornais devido à apetência da *audiência* para o género noticioso. A SIC consegue ainda cativar algumas das pessoas que estavam a ver o *Jornal das 8* da TVI na parte final do *Jornal da Noite*.

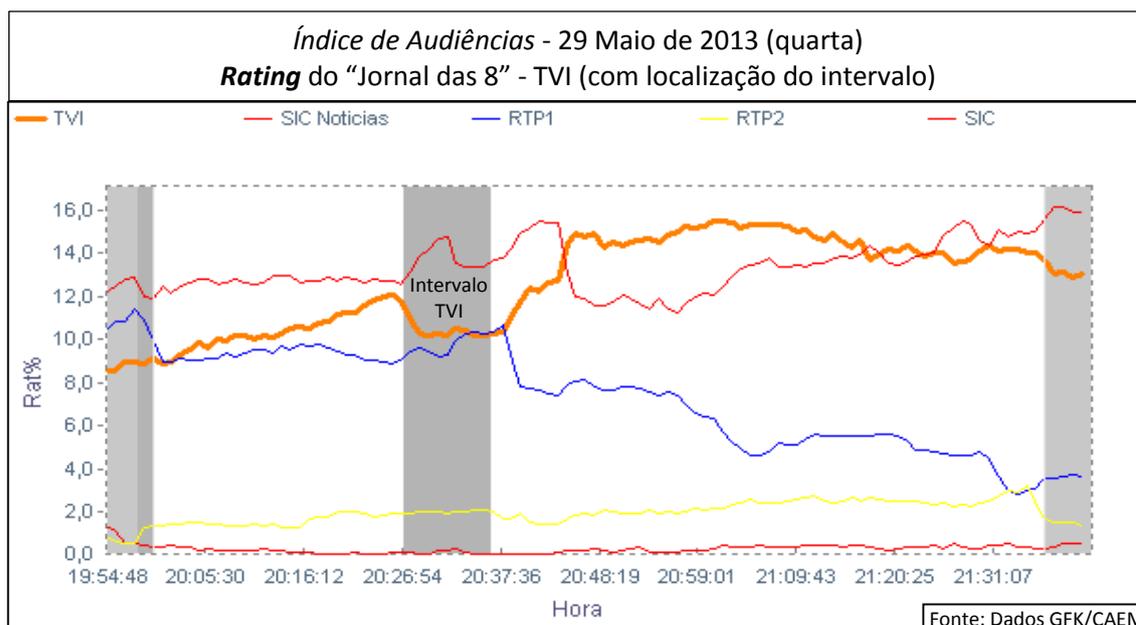


Figura 42

Como nos casos anteriores, existe a queda de *audiências* durante o intervalo com a consequente migração dos espectadores para os canais concorrentes. A TVI neste dia foi quem entrou no bloco publicitário mais cedo. A seguir à interrupção começam a regressar telespectadores e repara-se que o mesmo se correlaciona com a entrada do bloco publicitário na RTP. Atesta-se assim, que de facto mais do que uma visão puramente comercial, existe uma lógica mais de fundo de todo o produto televisivo que inclui a vertente publicitária.

Já durante o fim-de-semana é mais visível no gráfico da **Figura 39** uma competição mais acesa entre a SIC e a TVI para lançamento dos intervalos. Os intervalos sobrepõem-se quase ao segundo o que se explicará quase numa lógica de “jogo do gato e do rato” para manutenção das *audiências*. A TVI aqui possuindo um trunfo em termos de *audiências* como é o comentário político do professor Marcelo Rebelo de Sousa, que poderá ser visto no gráfico da **Figura 43**, tentará provavelmente não deixar que a SIC consiga uma manutenção de uma eventual conquista de *audiências*.

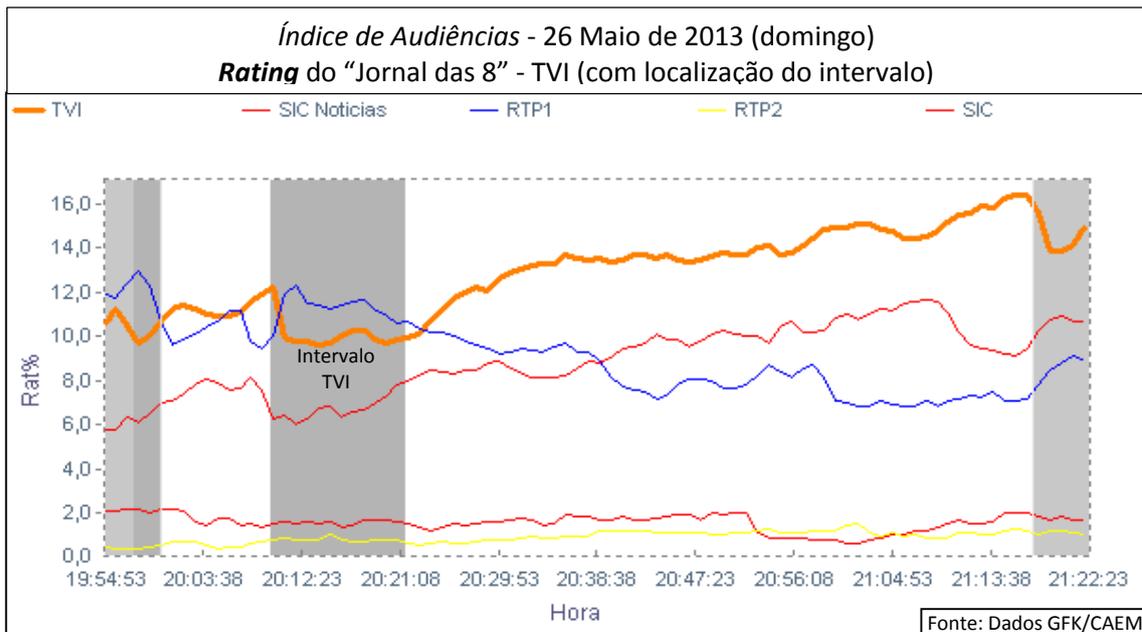


Figura 43

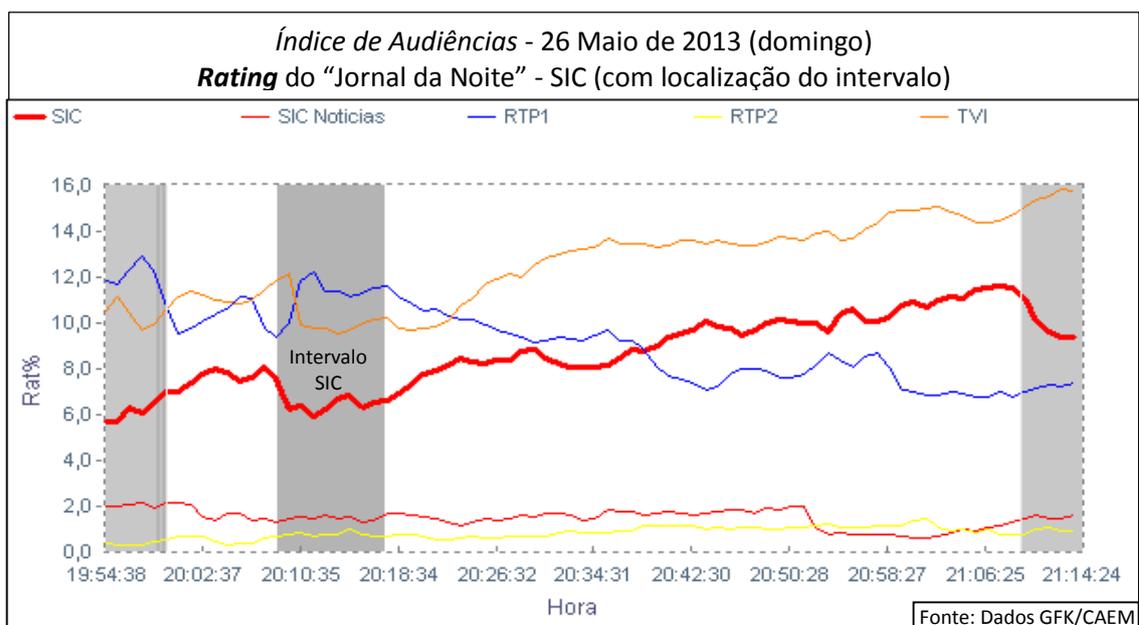


Figura 44

Neste caso percebe-se que o coordenador do *Jornal da Noite* optou por regressar mais cedo do que a TVI, provavelmente numa tentativa de captar os telespectadores que tinham saído de contacto com o *Jornal das 8*. Neste contexto, acaba por ser a RTP a capitalizar com os intervalos simultâneos das suas concorrentes passando mesmo a liderar nesse período.

ALGUMAS CONCLUSÕES

O Jornal Televisivo como Fábrica de Notícias

Charles Bantz argumenta que “a produção de notícias em televisão é em muitos aspetos, organizada como uma fábrica. E como «fábrica de notícias» divide as tarefas em blocos em diversas fases ao longo da «linha de montagem» desde a geração de ideias para as estórias até à apresentação na emissão. Esta altamente rotinada estrutura muitas vezes tem falta de flexibilidade. O ambiente fabril não encoraja valores profissionais adquiridos pelos trabalhadores na informação, que são avaliados pela sua produtividade – logo a sua preocupação é mais direcionada para fazer as tarefas a tempo do que fazê-las bem, como no epítome da história «rápida e suja»” (Shoemaker e Reese, 1996: 103).

Percebe-se facilmente que a informação televisiva não seja francamente rentável. Com uma estrutura pesadíssima, a sua grande dependência do fator humano e a permanente atualização tecnológica, não há publicidade que consiga suportar tal esforço. De qualquer forma, sendo a informação uma das imagens de marca do canal, para qualquer televisão generalista torna-se impossível não apostar na área informativa. Não havendo uma dependência vital da *audiência*, como no caso do entretenimento, a informação não é, mesmo assim, alheia às temíveis grelhas que diariamente chegam às televisões com as medições do dia anterior. Não que desse *share* dependa a sobrevivência de determinado bloco noticioso, mas não deixa de ser uma das formas que as estruturas utilizam para aferir a performance do espaço informativo. É pois mais um fator de pressão na, já de si, pressionadíssima atividade jornalística em televisão. Dentro do próprio canal estes índices também servem para medir o peso do departamento dentro da estrutura. Quando a informação tem valores acima da média da estação, acaba por se impor e conseguir melhores condições do que quando os valores do entretenimento dominam a programação. Aqui, a pressão da *audiência* pode atuar a vários níveis. Por um lado a um nível mais formal (por exemplo com a alteração de cenários, pivots, grafismo, etc.), ou no plano tecnológico (por exemplo com a utilização ou afetação de mais meios técnicos de diretos e equipas de reportagem). Por fim a mais polémica, a alteração de conteúdo para se ajustar à “exigência” das *audiências*, novas formas de alinhamento, abordagem de determinados temas, a criação ou supressão de rubricas, alteração do painel de comentadores, a aposta em áreas como a *Grande Reportagem*, ou a procura de exclusivos.

Vivemos hoje no centro de uma revolução tecnológica que torna difícil antever o futuro da televisão, do jornalismo televisivo e mesmo do jornalismo em geral. O que não nos impede

no entanto prever que a pressão do imediatismo, com a integração multimédia nas plataformas digitais ou as emissões em 24 horas de notícias, será um dos desafios a ultrapassar pelos jornalistas na produção informativa de qualidade. Os riscos explanados neste trabalho são inúmeros, porém, não será difícil antever que um dos fatores que condicionará o exercício jornalístico será o da luta pelas *audiências*. Mas é também essa *audiência*, simultaneamente amada e detestada, que pode fazer da televisão o meio privilegiado para a “formação” do cidadão enquanto “ator” decisivo e atuante numa esfera pública livre e esclarecida. Com essa participação ele ajudará os *media* a erguer um espaço público forte, vital e angular para a experiência democrática em liberdade. Como diz José Manuel Fernandes, ignorar a dependência dos consumidores é ignorar também “a sensibilidade e a exigência” do público, “isso é tanto mais verdade quanto os órgãos de informação têm como um dos seus principais ativos a fiabilidade, e quando esta se degrada, tal acaba sempre por fazer fugir um público, que mais tarde ou mais cedo, procurará num órgão concorrente um melhor serviço” (Fernandes, 2011).

O elevado número de constrangimentos é o indício da relevância do serviço público que é o jornalismo, e ao qual as empresas televisivas não são imunes. Um deles é a crise económica que se abateu sobre a Europa. Crise que pode ser prenúncio no desequilíbrio da relação de poderes a nível global e cujo alcance não terá ainda sido completamente antevisto na estrutura da sociedade portuguesa. Recorde-se que deste trabalho surge que entre um terço e um quarto do tempo dos Jornais Televisivos portugueses, já de si mais longos que a maioria dos congéneres ocidentais, foi ocupado por notícias sobre a crise económica que ameaça tornar-se traço antropológico de uma geração.

O jornalismo televisivo em Portugal é de resto um espelho da preocupação que grassa nos elementos da comunidade. Hoje, a economia ocupa cerca de 19% do tempo dos Jornais Televisivos quando até há poucos anos era uma temática bem mais discreta e provavelmente mais dirigida a minorias. No estudo elaborado em 2003 sobre os Jornais Televisivos em *prime-time*, Nuno Goulart Brandão estabeleceu que a categoria com mais notícias dos Jornais Televisivos era a Política Nacional com 14,55%, depois o Desporto com 10,75% seguido por Acidentes e Catástrofes com 9,52%. Nessa altura o tema Economia e Negócios ocupava a décima quarta posição com 1,93%, categoria que integra os acontecimentos que digam respeito à economia nacional e internacional, os seus diferentes organismos económicos e financeiros tais como: mercados financeiros e principais bolsas (Brandão, 2005).

Entre 2002 e 2006 “o noticiário relacionado com a economia e a atividade empresarial tem ocupado um lugar relativamente secundário nos telejornais portugueses” (Negreiros *in*

Silveira *et al*, 2010: 259), embora se revele um crescimento das notícias sobre a temática a partir de 2006, sendo a TVI quem mais apostava no tema.

Ao ter-se a noção de que a maioria dos cidadãos tem como fonte primordial a informação televisiva, especialmente nos noticiários das 20:00 horas, fica a interrogação com base na tendência descrita, se não começará também a existir uma sobreexposição das *audiências* ao tema económico, o que acaba por agudizar um estado de crise permanente e prolongar o efeito recessivo das dificuldades. Não só este vetor, mas também e porventura ainda mais importante, o descortinar pela *audiência*, de um jogo político que se desenrola no “quadrado mágico” e que se rege cada vez mais por uma “encenação mediática” dos “atores” políticos.

Assim surge a necessidade da existência de uma pedagogia para os *media* que possa auxiliar o telespectador/cidadão, em particular no caso da televisão, a descodificar uma mensagem mediatizada de uma forma por vezes insondável. Como defende Mar de Fontcuberta, é necessário que o recetor obtenha “competência mediática” (Fontcuberta *in* Borges e Reia-Baptista, 2008: 193). Esta “competência” nas palavras da autora é chave para que a *audiência* seja o fator determinante no equilíbrio entre a tentação de produzir uma informação de interesse do público em contraponto com uma informação de interesse público

Neste permanente jogo de sedução com a *audiência*, o cidadão anónimo acaba por ter uma presença de “peso” no Jornal Televisivo. Um “velho ator” a quem foi dado um novo papel, das várias razões expostas, uma certeza podemos avançar – a sua presença no espaço mediático “vende”. Caso contrário, já há muito teria sido “devolvido” à *audiência*. No já referido estudo de Goulart Brandão sobre os noticiários em 2003, o Cidadão Comum surgia nos lugares de topo dos principais “atores” das notícias; RTP com uma presença de 25,75%, na SIC 31,52% e na TVI 43,87%. Dados estes, que seguem em linha com os obtidos neste trabalho.

Para se perceber a importância e o peso que a estrutura informativa em televisão tem na construção da esfera pública em Portugal, denote-se a duração que os Jornais Televisivos têm na grelha de cada um dos canais generalistas portugueses, e que escapa à regra mundial. Entre as razões apontadas para o fenómeno estão a fragmentação da oferta, mais especializada, que obriga a uma dispersão sobre mais assuntos dentro do bloco informativo, a importância de um bloco longo de publicidade em *prime-time* e as “*audiências* que demonstravam a apetência do público para o formato mais extenso” (Silveira e Shoemaker, 2010). José Eduardo Moniz, Diretor-geral da TVI (entre 1998 e agosto de 2009) e um dos principais responsáveis pelas estratégias que fizeram o canal chegar a líder de *audiências*, defende que a maior diversidade e flexibilidade que esta duração permite, é a razão do seu sucesso (Silveira e Shoemaker, 2010).

Hoje SIC e TVI ultrapassam a hora e vinte de notícias, o que levanta a questão sobre se os critérios de noticiabilidade não descuram algum do rigor social que deveriam conter.

A complexidade que é alimentar esta máquina “voraz”, devido ao baixo valor material que a notícia tem pela sua natureza efémera, recorde-se que uma notícia só é valiosa até ao momento em que cai no domínio público, transformou a redação de televisão numa “fábrica de notícias”.

Paralelamente à apresentação dos resultados do estudo e nos respetivos comentários aos gráficos e quadros daí resultantes, foram sendo colocadas algumas questões e apontadas algumas conclusões. Questões e conclusões que só uma aprofundada análise de conteúdo aos atuais Jornais Televisivos poderá confirmar ou infirmar.

Para terminar, um facto e um princípio que estiveram presentes desde o início e que justificam os múltiplos estudos que ontem, hoje e no futuro se farão no contexto do jornalismo televisivo português:

Facto - Diariamente 3 milhões de telespectadores em Portugal assistem aos Jornais Televisivos das 20 horas nos canais generalistas (dados da GFK), o que num país de 10 milhões não é um dado de somenos.

Princípio - “O jornalismo não deve ser apenas uma atividade comercial, ou um diletantismo intelectual, deve antes possuir aquela dose indispensável de virtudes sociais que lhe permitem ter, na sociedade, um papel simultaneamente crítico e construtivo” (Fernandes, 2011: 47).

ANEXO

Gráficos e Quadros

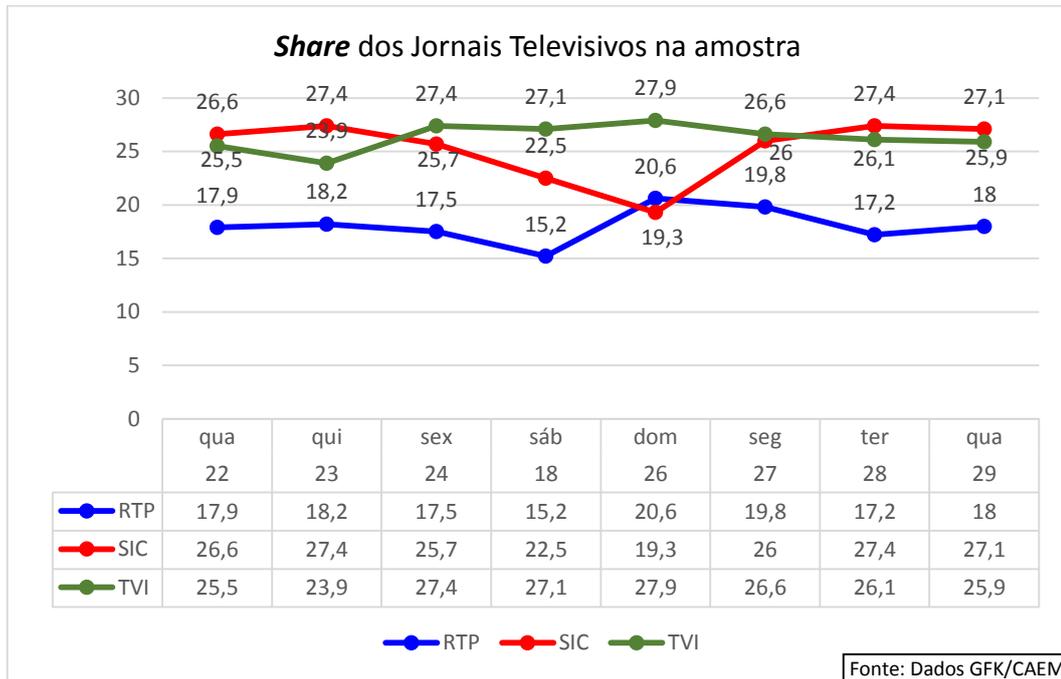


Figura 45

Quadro 1 – Top dos 40 programas mais vistos no 1º semestre de 2013

| | Canal | Data | Início | Programa | Rat% | Shr% |
|----|-------|------------|----------|------------------------------------|------|------|
| 1 | SIC | 15/05/2013 | 19:34:05 | FUTEBOL - LIGA EUROPA: FINAL | 33,8 | 62,3 |
| 2 | SIC | 02/05/2013 | 19:57:10 | FUTEBOL - LIGA EUROPA | 29,1 | 57,4 |
| 3 | SIC | 15/05/2013 | 21:39:25 | LIGA EUROPA: A GRANDE FINAL | 26,7 | 47,4 |
| 4 | RTP1 | 07/06/2013 | 20:36:58 | SELEÇÃO - QUALIF. MUNDIAL 2014 | 24,2 | 48,6 |
| 5 | TVI | 13/03/2013 | 19:38:58 | CHAMPIONS LEAGUE | 22,7 | 42,6 |
| 6 | SIC | 20/01/2013 | 21:33:45 | GABRIELA | 22,4 | 40,9 |
| 7 | TVI | 13/04/2013 | 19:35:35 | FUTEBOL - TAÇA DA LIGA (FINAL) | 22,1 | 47,9 |
| 8 | TVI | 06/01/2013 | 21:37:02 | SECRET STORY: DESAFIO FINAL - GALA | 21,8 | 49,4 |
| 9 | TVI | 27/02/2013 | 19:40:19 | FUTEBOL - TAÇA DA LIGA | 21,7 | 43,3 |
| 10 | SIC | 02/05/2013 | 22:00:43 | LIGA EUROPA: ESPECIAL | 20,5 | 40,0 |
| 11 | TVI | 21/04/2013 | 21:31:42 | BIG BROTHER VIP | 20,5 | 45,9 |
| 12 | TVI | 27/02/2013 | 21:53:38 | FUTEBOL - TAÇA DA LIGA | 20,3 | 40,3 |
| 13 | RTP1 | 26/05/2013 | 17:03:41 | FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL: FINAL | 19,5 | 49,8 |
| 14 | SIC | 13/02/2013 | 21:34:36 | DANCIN' DAYS | 19,3 | 37,5 |
| 15 | TVI | 07/01/2013 | 21:33:29 | SECRET STORY: DESAFIO FINAL | 18,9 | 35,5 |
| 16 | TVI | 24/03/2013 | 19:59:59 | JORNAL DAS 8 | 18,4 | 35,6 |
| 17 | SIC | 20/01/2013 | 21:27:37 | VALE TUDO | 18,4 | 34,4 |
| 18 | TVI | 10/06/2013 | 21:51:45 | BIG BROTHER VIP: DIARIO | 17,7 | 33,8 |
| 19 | TVI | 20/02/2013 | 21:19:38 | GALA DE ANIVERSARIO TVI 20 ANOS | 17,6 | 34,4 |
| 20 | TVI | 27/01/2013 | 21:15:59 | DESTINOS CRUZADOS | 17,6 | 31,3 |
| 21 | TVI | 14/04/2013 | 21:15:58 | MUNDO AO CONTRARIO | 17,5 | 32,4 |
| 22 | SIC | 01/01/2013 | 21:12:50 | SESSAO ESPECIAL I | 17,4 | 34,4 |
| 23 | TVI | 10/02/2013 | 21:25:42 | A TUA CARA NAO ME E ESTRANHA 3 | 17,4 | 39,2 |
| 24 | RTP1 | 26/05/2013 | 19:13:06 | TAÇA DE PORTUGAL: A FESTA | 17,4 | 40,4 |
| 25 | TVI | 08/01/2013 | 21:32:50 | SECRET STORY: DESAFIO FINAL | 17,1 | 33,9 |
| 26 | RTP1 | 06/02/2013 | 20:35:35 | A SELEÇÃO - JOGO DE PREPARAÇÃO | 17,1 | 32,3 |
| 27 | TVI | 11/06/2013 | 21:40:30 | BIG BROTHER VIP: NOMEAÇÕES | 17,0 | 32,7 |
| 28 | TVI | 15/01/2013 | 21:15:52 | DESTINOS CRUZADOS (APRESENTAÇÃO) | 17,0 | 32,0 |
| 29 | TVI | 25/05/2013 | 19:34:55 | CHAMPIONS LEAGUE: FINAL | 16,7 | 40,0 |
| 30 | RTP1 | 27/03/2013 | 21:07:03 | JOSE SOCRATES, O FIM DO SILENCIO | 16,7 | 30,1 |
| 31 | SIC | 07/03/2013 | 22:02:14 | LIGA EUROPA: OS HOMENS DO JOGO | 16,6 | 33,6 |
| 32 | SIC | 20/01/2013 | 19:59:39 | JORNAL DA NOITE | 16,2 | 31,4 |
| 33 | TVI | 12/04/2013 | 23:13:32 | LOUCO AMOR | 15,8 | 38,1 |
| 34 | SIC | 05/03/2013 | 19:29:31 | FINA ESTAMPA | 15,5 | 33,9 |
| 35 | SIC | 01/01/2013 | 18:14:06 | FILME DA TARDE III | 15,5 | 34,5 |
| 36 | SIC | 26/05/2013 | 21:22:19 | SPLASH!! CELEBRIDADES | 14,9 | 31,3 |
| 37 | TVI | 09/03/2013 | 22:58:15 | DOCE TENTAÇÃO | 14,4 | 36,6 |
| 38 | SIC | 19/05/2013 | 21:21:40 | XVIII GALA GLOBOS DE OURO | 14,3 | 26,6 |
| 39 | TVI | 20/02/2013 | 22:03:12 | GALA DE ANIVERSARIO TVI 20 ANOS | 14,2 | 38,8 |
| 40 | SIC | 31/03/2013 | 14:59:51 | A BIBLIA | 14,0 | 38,8 |

Fonte: Dados GFK/CAEM

Quadro 2 – Tabela de dados (“atores” e Géneros Jornalísticos) do Telejornal, 22 e 23 de maio

| b) | Início - Lançamento Jornal | 35 | 00:00:35 | | | 37 | 00:00:37 | | |
|------|--------------------------------------|--------|----------|------|---|--------|----------|------|---|
| | | 22/mai | quarta | | | 23/mai | quinta | | |
| | | seg. | Duração | % | | seg. | Duração | % | |
| a) | RTP - Telejornal | 3267 | 00:54:27 | | | 3236 | 00:53:56 | | |
| 8 | Atores dos Jornais TV | 1265 | 00:21:05 | 38,7 | % | 1285 | 00:21:25 | 39,7 | % |
| 8.1 | Presidência - A. Cavaco Silva | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.2 | PM - Pedro Passos Coelho | 44 | 00:00:44 | 3,5 | % | 14 | 00:00:14 | 1,1 | % |
| 8.3 | M - Paulo Portas | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.4 | Ministro das finanças | 46 | 00:00:46 | 3,6 | % | 93 | 00:01:33 | 7,2 | % |
| 8.5 | Membros Governo | 110 | 00:01:50 | 8,7 | % | 522 | 00:08:42 | 40,6 | % |
| 8.6 | PSD | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.7 | CDS/PP | 10 | 00:00:10 | 0,8 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.8 | PS | 20 | 00:00:20 | 1,6 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.9 | António José Seguro (PS) | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 34 | 00:00:34 | 2,6 | % |
| 8.10 | PCP / PEV | 9 | 00:00:09 | 0,7 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.11 | BE | 16 | 00:00:16 | 1,3 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.12 | Comentador - Política | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.13 | Sindicalistas | 67 | 00:01:07 | 5,3 | % | 71 | 00:01:11 | 5,5 | % |
| 8.14 | Empresários / Patronato | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.15 | Banqueiros ou altos quadros da banca | 571 | 00:09:31 | 45,1 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.16 | Comunidade Universitária | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.17 | Igreja Católica | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.18 | Comentador - Economia | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.19 | Vox Pop | 89 | 00:01:29 | 7,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.20 | Outros (com ligação à notícia) | 187 | 00:03:07 | 14,8 | % | 551 | 00:09:11 | 42,9 | % |
| 8.21 | Comentador desportivo | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.22 | SL Benfica | 22 | 00:00:22 | 1,7 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.23 | Futebol C Porto | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.24 | Sporting CP | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.25 | Futebol outros | 74 | 00:01:14 | 5,8 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.26 | Total atores futebol | 96 | 00:01:36 | 7,6 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 8.27 | Total atores Governo + colig | 210 | 00:03:30 | 16,6 | % | 629 | 00:10:29 | 48,9 | % |
| 8.28 | Total atores oposição | 45 | 00:00:45 | 3,6 | % | 34 | 00:00:34 | 2,6 | % |
| 3 | Géneros jornalísticos televisivos | 3212 | 00:53:32 | | | 3204 | 00:53:24 | | |
| 3.1 | Peça | 1952 | 00:32:32 | 60,8 | % | 2412 | 00:40:12 | 75,3 | % |
| 3.2 | TH (talking head) | 46 | 00:00:46 | 1,4 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 3.3 | Off | 62 | 00:01:02 | 1,9 | % | 34 | 00:00:34 | 1,1 | % |
| 3.4 | Direto | 266 | 00:04:26 | 8,3 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 3.5 | Falso direto | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 3.6 | Entrevista em estúdio | 833 | 00:13:53 | 25,9 | % | 627 | 00:10:27 | 19,6 | % |
| 3.7 | Comentadores em estúdio | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 3.8 | Especialistas em estúdio | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 3.9 | Jornalistas em estúdio | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 3.10 | Pivô lê texto (sem imagens) | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 3.11 | Grande Reportagem | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 3.12 | Reportagem média / rubrica | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % | 0 | 00:00:00 | 0,0 | % |
| 3.13 | Promos peças jornal | 53 | 00:00:53 | 1,7 | % | 131 | 00:02:11 | 4,1 | % |

Quadro 3 – Tabela de dados (Categorias temáticas e Localização) Telejornal, 22 e 23 de maio

| | | | | | | | | | |
|--------|---------------------------------------|------|----------|----|---|------|----------|----|---|
| 4 | Categorias temáticas | 3212 | 00:53:32 | | | 3204 | 00:53:24 | | |
| 4.1 | Sociedade | 762 | 00:12:42 | 24 | % | 726 | 00:12:06 | 23 | % |
| 4.1.1 | Saúde | 295 | 00:04:55 | 9 | % | 130 | 00:02:10 | 4 | % |
| 4.1.2 | Educação | 165 | 00:02:45 | 5 | % | 132 | 00:02:12 | 4 | % |
| 4.1.3 | Justiça | 46 | 00:00:46 | 1 | % | 238 | 00:03:58 | 7 | % |
| 4.1.4 | Segurança | 162 | 00:02:42 | 5 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.1.5 | Vários temas na área social | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.1.6 | Turismo / Lazer | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.1.7 | Religião | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 226 | 00:03:46 | 7 | % |
| 4.1.8 | Ambiente | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.1.9 | Ciência, Tecnologia, outras | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.1.10 | Acidentes e catástrofes | 94 | 00:01:34 | 3 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.2 | Política | 260 | 00:04:20 | 8 | % | 255 | 00:04:15 | 8 | % |
| 4.2.1 | Governo | 260 | 00:04:20 | 8 | % | 153 | 00:02:33 | 5 | % |
| 4.2.2 | Assembleia República, outros | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.2.3 | Partidos políticos | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 102 | 00:01:42 | 3 | % |
| 4.3 | Economia / Empresas | 1144 | 00:19:04 | 36 | % | 657 | 00:10:57 | 21 | % |
| 4.3.1 | Sindicatos / org. Classe | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.3.2 | Agricultura e pescas | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.3.3 | Comércio, indústria, serviços, outros | 154 | 00:02:34 | 5 | % | 657 | 00:10:57 | 21 | % |
| 4.3.4 | Sistema bancário | 990 | 00:16:30 | 31 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.4 | Cultura / Espetáculo | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 298 | 00:04:58 | 9 | % |
| 4.4.1 | Música | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 159 | 00:02:39 | 5 | % |
| 4.4.2 | Outras artes, moda e beleza | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 139 | 00:02:19 | 4 | % |
| 4.5 | Desporto | 259 | 00:04:19 | 8 | % | 109 | 00:01:49 | 3 | % |
| 4.5.1 | Futebol Nacional | 259 | 00:04:19 | 8 | % | 109 | 00:01:49 | 3 | % |
| 4.5.2 | Futebol Internacional | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.5.3 | Outras modalidades | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.6 | Outros Temas Diversos | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 627 | 00:10:27 | 20 | % |
| 4.7 | Internacional (rep portuguesa) | 398 | 00:06:38 | 12 | % | 152 | 00:02:32 | 5 | % |
| 4.8 | Internacional | 336 | 00:05:36 | 10 | % | 249 | 00:04:09 | 8 | % |
| 4.9 | Faits-divers | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 4.10 | Promos peças no JT | 53 | 00:00:53 | 2 | % | 131 | 00:02:11 | 4 | % |
| 4.11 | Boletim meteorológico | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 7 | Âmbito da notícia | 3159 | 00:52:39 | | | 3073 | 00:51:13 | | |
| 7.1 | Nacional s/ ref espacial | 211 | 00:03:31 | 7 | % | 1639 | 00:27:19 | 53 | % |
| 7.2 | Lisboa | 1566 | 00:26:06 | 50 | % | 931 | 00:15:31 | 30 | % |
| 7.3 | Porto | 0 | 00:00:00 | 0 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 7.4 | Resto do país | 378 | 00:06:18 | 12 | % | 0 | 00:00:00 | 0 | % |
| 7.5 | Internacional fora da U Europeia | 591 | 00:09:51 | 19 | % | 152 | 00:02:32 | 5 | % |
| 7.6 | União Europeia | 413 | 00:06:53 | 13 | % | 351 | 00:05:51 | 11 | % |

Quadro 4 – Tabela de dados (Peças /crise, Genéricos, Intervalo) Telejornal, 22 e 23 de maio

| | | | | | | | | | |
|-------|--------------------------------|------|----------|----|---|------|----------|----|---|
| 5 | Peças que abordam tema - Crise | 1588 | 00:26:28 | 49 | % | 1409 | 00:23:29 | 44 | % |
| 1 | Genérico/separadores etc | 55 | 00:00:55 | | | 32 | 00:00:32 | | |
| 6 | Programas autónomos no JT | | 00:00:00 | | | | 00:00:00 | | |
| 2 | Intervalo dentro Jornal | 442 | 00:07:22 | | | 445 | 00:07:25 | | |
| 2.1 - | Publicidade no intervalo | 337 | 00:05:37 | | | 382 | 00:06:22 | | |
| 2.2 - | Auto promoção de Programas | 105 | 00:01:45 | | | 63 | 00:01:03 | | |

Índice de audiências (Rating e Share) dos 3 canais na hora dos Jornais Televisivos, Jornais Televisivos, quarta 22 de maio de 2013

Quadro 5 - Análise de bandas horárias - quarta-feira, maio 22, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal

Canal Base: Total TV

Base de dados: GFK - CAEM

| | RTP1 | | SIC | | TVI | |
|---------------|------|------|------|------|------|------|
| | Rat% | Shr% | Rat% | Shr% | Rat% | Shr% |
| 19:59 - 20:00 | 8,1 | 19,8 | 10,5 | 25,7 | 8,7 | 21,2 |
| 20:00 - 20:01 | 8,1 | 19,6 | 10,1 | 24,5 | 9,1 | 22,1 |
| 20:01 - 20:02 | 7,8 | 18,9 | 10,2 | 24,5 | 9,4 | 22,7 |
| 20:02 - 20:03 | 8,3 | 19,8 | 10,0 | 23,9 | 9,6 | 22,9 |
| 20:03 - 20:04 | 8,6 | 20,3 | 10,1 | 23,9 | 9,4 | 22,4 |
| 20:04 - 20:05 | 8,6 | 20,2 | 10,0 | 23,5 | 9,5 | 22,5 |
| 20:05 - 20:06 | 8,3 | 19,9 | 9,9 | 23,6 | 9,6 | 22,8 |
| 20:06 - 20:07 | 8,1 | 19,3 | 10,2 | 24,1 | 9,9 | 23,4 |
| 20:07 - 20:08 | 8,1 | 19,2 | 10,2 | 24,1 | 10,0 | 23,4 |
| 20:08 - 20:09 | 7,9 | 18,7 | 10,5 | 24,7 | 9,8 | 23,2 |
| 20:09 - 20:10 | 7,8 | 18,5 | 10,7 | 25,3 | 9,9 | 23,4 |
| 20:10 - 20:11 | 7,9 | 18,6 | 10,8 | 25,3 | 9,3 | 21,9 |
| 20:11 - 20:12 | 8,1 | 19,0 | 10,6 | 25,0 | 9,3 | 21,9 |
| 20:12 - 20:13 | 8,1 | 19,1 | 10,8 | 25,4 | 9,3 | 22,0 |
| 20:13 - 20:14 | 8,2 | 19,2 | 11,1 | 25,8 | 9,5 | 22,1 |
| 20:14 - 20:15 | 8,3 | 19,2 | 10,9 | 25,4 | 9,7 | 22,5 |
| 20:15 - 20:16 | 8,2 | 19,1 | 10,9 | 25,5 | 9,7 | 22,5 |
| 20:16 - 20:17 | 8,3 | 19,2 | 10,9 | 25,4 | 9,7 | 22,6 |
| 20:17 - 20:18 | 8,3 | 19,2 | 10,7 | 24,9 | 9,8 | 22,6 |
| 20:18 - 20:19 | 8,2 | 19,0 | 10,8 | 25,1 | 9,9 | 22,8 |
| 20:19 - 20:20 | 8,3 | 19,2 | 11,0 | 25,4 | 9,8 | 22,7 |
| 20:20 - 20:21 | 8,1 | 18,7 | 10,9 | 25,1 | 10,0 | 23,1 |
| 20:21 - 20:22 | 8,0 | 18,5 | 11,0 | 25,4 | 9,9 | 23,0 |
| 20:22 - 20:23 | 8,0 | 18,5 | 10,9 | 25,1 | 9,9 | 22,9 |
| 20:23 - 20:24 | 8,2 | 18,9 | 11,4 | 26,2 | 9,2 | 21,2 |
| 20:24 - 20:25 | 8,4 | 19,2 | 11,5 | 26,3 | 9,0 | 20,6 |
| 20:25 - 20:26 | 8,2 | 18,8 | 11,9 | 27,3 | 8,6 | 19,8 |
| 20:26 - 20:27 | 8,5 | 19,5 | 11,9 | 27,2 | 8,4 | 19,2 |
| 20:27 - 20:28 | 9,0 | 20,5 | 11,8 | 26,9 | 8,3 | 19,0 |
| 20:28 - 20:29 | 8,9 | 20,2 | 12,0 | 27,2 | 8,4 | 19,1 |
| 20:29 - 20:30 | 8,6 | 19,5 | 12,2 | 27,7 | 8,3 | 18,8 |
| 20:30 - 20:31 | 8,6 | 19,3 | 12,1 | 27,2 | 8,4 | 18,8 |
| 20:31 - 20:32 | 8,7 | 19,5 | 12,3 | 27,5 | 7,9 | 17,7 |
| 20:32 - 20:33 | 8,7 | 19,5 | 12,5 | 27,8 | 8,0 | 17,7 |
| 20:33 - 20:34 | 8,8 | 19,6 | 12,7 | 28,0 | 8,3 | 18,4 |
| 20:34 - 20:35 | 8,8 | 19,4 | 12,8 | 28,2 | 8,6 | 19,0 |
| 20:35 - 20:36 | 8,7 | 19,4 | 12,3 | 27,4 | 8,8 | 19,5 |
| 20:36 - 20:37 | 7,6 | 17,0 | 12,8 | 28,5 | 9,0 | 20,1 |
| 20:37 - 20:38 | 7,6 | 16,9 | 12,9 | 28,8 | 9,1 | 20,1 |
| 20:38 - 20:39 | 7,3 | 16,3 | 12,9 | 28,8 | 9,2 | 20,5 |
| 20:39 - 20:40 | 7,5 | 16,6 | 13,1 | 29,1 | 9,2 | 20,5 |
| 20:40 - 20:41 | 7,3 | 16,2 | 13,2 | 29,3 | 9,3 | 20,5 |
| 20:41 - 20:42 | 7,4 | 16,2 | 13,6 | 29,8 | 9,4 | 20,7 |
| 20:42 - 20:43 | 7,3 | 16,0 | 13,6 | 30,0 | 9,5 | 20,8 |

| | | | | | | |
|---------------|-----|------|------|------|------|------|
| 20:43 - 20:44 | 7,2 | 15,8 | 13,7 | 30,1 | 9,6 | 21,0 |
| 20:44 - 20:45 | 7,2 | 15,8 | 13,5 | 29,4 | 9,5 | 20,8 |
| 20:45 - 20:46 | 7,1 | 15,5 | 13,6 | 29,7 | 9,7 | 21,2 |
| 20:46 - 20:47 | 6,7 | 14,6 | 13,2 | 29,0 | 10,2 | 22,3 |
| 20:47 - 20:48 | 6,8 | 14,9 | 13,3 | 29,1 | 10,3 | 22,5 |
| 20:48 - 20:49 | 7,0 | 15,1 | 13,3 | 28,8 | 10,3 | 22,3 |
| 20:49 - 20:50 | 7,2 | 15,4 | 12,9 | 27,7 | 10,8 | 23,2 |
| 20:50 - 20:51 | 7,3 | 15,6 | 11,5 | 24,7 | 11,9 | 25,5 |
| 20:51 - 20:52 | 7,4 | 15,9 | 11,1 | 23,8 | 11,8 | 25,4 |
| 20:52 - 20:53 | 7,4 | 16,0 | 10,5 | 22,8 | 11,8 | 25,5 |
| 20:53 - 20:54 | 7,4 | 16,0 | 10,4 | 22,6 | 12,1 | 26,3 |
| 20:54 - 20:55 | 7,1 | 15,4 | 10,2 | 22,1 | 12,7 | 27,4 |
| 20:55 - 20:56 | 7,5 | 16,2 | 10,1 | 21,8 | 12,3 | 26,7 |
| 20:56 - 20:57 | 7,3 | 15,6 | 10,1 | 21,6 | 13,0 | 27,9 |
| 20:57 - 20:58 | 7,1 | 15,3 | 10,0 | 21,5 | 12,8 | 27,6 |
| 20:58 - 20:59 | 7,1 | 15,2 | 9,8 | 21,1 | 12,7 | 27,2 |
| 20:59 - 21:00 | 7,4 | 15,6 | 9,9 | 21,1 | 12,7 | 26,9 |
| 21:00 - 21:01 | 7,6 | 16,1 | 10,0 | 21,2 | 12,9 | 27,4 |
| 21:01 - 21:02 | 7,6 | 16,0 | 9,9 | 20,8 | 12,8 | 27,1 |
| 21:02 - 21:03 | 6,3 | 13,2 | 10,6 | 22,2 | 13,2 | 27,8 |
| 21:03 - 21:04 | 5,8 | 12,2 | 10,9 | 22,8 | 13,6 | 28,4 |
| 21:04 - 21:05 | 5,6 | 11,6 | 11,3 | 23,4 | 13,8 | 28,6 |
| 21:05 - 21:06 | 5,5 | 11,5 | 11,4 | 23,7 | 13,5 | 28,0 |
| 21:06 - 21:07 | 5,3 | 11,0 | 11,5 | 24,0 | 13,7 | 28,7 |
| 21:07 - 21:08 | 5,0 | 10,4 | 11,8 | 24,7 | 13,9 | 29,0 |
| 21:08 - 21:09 | 5,0 | 10,3 | 11,9 | 24,6 | 14,0 | 29,1 |
| 21:09 - 21:10 | 5,0 | 10,3 | 12,1 | 25,1 | 14,3 | 29,5 |
| 21:10 - 21:11 | 5,0 | 10,3 | 12,4 | 25,7 | 13,8 | 28,4 |
| 21:11 - 21:12 | 4,9 | 10,2 | 12,5 | 25,9 | 13,6 | 28,2 |
| 21:12 - 21:13 | 4,9 | 10,2 | 12,6 | 26,1 | 13,6 | 28,2 |
| 21:13 - 21:14 | 4,8 | 10,1 | 12,6 | 26,1 | 13,7 | 28,5 |
| 21:14 - 21:15 | 4,9 | 10,2 | 12,5 | 26,1 | 13,9 | 29,1 |
| 21:15 - 21:16 | 4,7 | 9,8 | 12,8 | 26,6 | 13,8 | 28,6 |
| 21:16 - 21:17 | 4,5 | 9,4 | 13,1 | 27,1 | 13,7 | 28,4 |
| 21:17 - 21:18 | 4,3 | 9,0 | 13,0 | 26,9 | 13,8 | 28,7 |
| 21:18 - 21:19 | 4,3 | 8,9 | 12,9 | 26,8 | 13,8 | 28,8 |
| 21:19 - 21:20 | 4,5 | 9,4 | 12,7 | 26,6 | 13,8 | 28,9 |
| 21:20 - 21:21 | 4,4 | 9,2 | 12,8 | 26,5 | 14,5 | 29,9 |
| 21:21 - 21:22 | 4,6 | 9,4 | 12,7 | 26,0 | 14,3 | 29,4 |
| 21:22 - 21:23 | 4,6 | 9,4 | 12,9 | 26,5 | 14,1 | 29,0 |
| 21:23 - 21:24 | 4,5 | 9,3 | 13,1 | 26,8 | 14,5 | 29,6 |
| 21:24 - 21:25 | 4,8 | 9,7 | 13,4 | 27,2 | 14,3 | 29,1 |
| 21:25 - 21:26 | 4,5 | 9,1 | 13,5 | 27,4 | 14,2 | 28,9 |
| 21:26 - 21:27 | 4,4 | 8,8 | 13,7 | 27,8 | 14,4 | 29,2 |
| 21:27 - 21:28 | 4,3 | 8,7 | 14,2 | 28,6 | 14,3 | 28,8 |
| 21:28 - 21:29 | 4,3 | 8,6 | 14,3 | 28,6 | 14,3 | 28,6 |
| 21:29 - 21:30 | 4,4 | 8,8 | 14,2 | 28,3 | 14,8 | 29,4 |
| 21:30 - 21:31 | 4,4 | 8,8 | 13,8 | 27,5 | 14,9 | 29,8 |
| 21:31 - 21:32 | 4,3 | 8,5 | 14,2 | 28,5 | 14,8 | 29,6 |
| 21:32 - 21:33 | 4,2 | 8,5 | 14,6 | 29,2 | 14,4 | 29,0 |
| 21:33 - 21:34 | 4,1 | 8,4 | 14,4 | 29,2 | 14,3 | 28,9 |
| 21:34 - 21:35 | 3,3 | 6,7 | 14,0 | 28,5 | 15,0 | 30,5 |
| 19:59 - 21:35 | 6,8 | 14,8 | 11,9 | 26,0 | 11,4 | 24,8 |
| 02:30 - 26:30 | 2,2 | 11,6 | 4,3 | 23,1 | 4,6 | 24,8 |

Índice de audiências (Rating e Share) dos 3 canais na hora dos Jornais Televisivos, Jornais Televisivos, domingo 26 de maio de 2013

Quadro 6 - Análise de bandas horárias - domingo, maio 26, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal
Canal Base: Total Tv

Base de dados: GFK - CAEM

| | RTP1 | | SIC | | TVI | |
|---------------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
| | Rating | Share | Rating | Share | Rating | Share |
| 19:59 - 20:00 | 10,7 | 24,4 | 7,0 | 15,9 | 10,7 | 24,3 |
| 20:00 - 20:01 | 9,6 | 21,8 | 7,1 | 16,1 | 11,2 | 25,5 |
| 20:01 - 20:02 | 9,8 | 22,2 | 7,4 | 16,8 | 11,4 | 25,8 |
| 20:02 - 20:03 | 10,1 | 22,9 | 7,8 | 17,6 | 11,2 | 25,4 |
| 20:03 - 20:04 | 10,4 | 23,7 | 8,1 | 18,2 | 11,0 | 24,9 |
| 20:04 - 20:05 | 10,7 | 24,2 | 7,9 | 17,8 | 10,9 | 24,8 |
| 20:05 - 20:06 | 11,2 | 25,3 | 7,5 | 17,1 | 10,9 | 24,7 |
| 20:06 - 20:07 | 11,1 | 25,2 | 7,7 | 17,4 | 11,1 | 25,0 |
| 20:07 - 20:08 | 9,8 | 22,2 | 8,1 | 18,4 | 11,5 | 26,1 |
| 20:08 - 20:09 | 9,4 | 21,5 | 7,6 | 17,2 | 11,9 | 27,0 |
| 20:09 - 20:10 | 10,1 | 22,8 | 6,3 | 14,2 | 12,2 | 27,7 |
| 20:10 - 20:11 | 11,9 | 26,8 | 6,5 | 14,6 | 10,0 | 22,5 |
| 20:11 - 20:12 | 12,3 | 27,5 | 6,0 | 13,4 | 9,8 | 21,9 |
| 20:12 - 20:13 | 11,4 | 25,5 | 6,3 | 14,0 | 9,8 | 21,8 |
| 20:13 - 20:14 | 11,4 | 25,3 | 6,8 | 15,0 | 9,6 | 21,3 |
| 20:14 - 20:15 | 11,2 | 24,9 | 6,9 | 15,2 | 9,7 | 21,5 |
| 20:15 - 20:16 | 11,4 | 25,1 | 6,4 | 14,0 | 10,1 | 22,2 |
| 20:16 - 20:17 | 11,5 | 25,4 | 6,6 | 14,5 | 10,2 | 22,5 |
| 20:17 - 20:18 | 11,7 | 25,6 | 6,6 | 14,6 | 10,2 | 22,5 |
| 20:18 - 20:19 | 11,2 | 24,6 | 7,0 | 15,4 | 9,8 | 21,6 |
| 20:19 - 20:20 | 10,9 | 24,2 | 7,3 | 16,2 | 9,7 | 21,5 |
| 20:20 - 20:21 | 10,6 | 23,5 | 7,8 | 17,3 | 9,8 | 21,8 |
| 20:21 - 20:22 | 10,7 | 23,5 | 8,0 | 17,6 | 9,9 | 21,8 |
| 20:22 - 20:23 | 10,3 | 22,7 | 8,2 | 18,1 | 10,1 | 22,2 |
| 20:23 - 20:24 | 10,2 | 22,2 | 8,5 | 18,5 | 10,8 | 23,5 |
| 20:24 - 20:25 | 10,2 | 22,0 | 8,4 | 18,1 | 11,1 | 24,1 |
| 20:25 - 20:26 | 10,0 | 21,5 | 8,3 | 17,9 | 11,7 | 25,2 |
| 20:26 - 20:27 | 9,8 | 20,9 | 8,5 | 18,2 | 12,0 | 25,7 |
| 20:27 - 20:28 | 9,6 | 20,6 | 8,4 | 18,1 | 12,2 | 26,2 |
| 20:28 - 20:29 | 9,4 | 20,1 | 8,8 | 18,7 | 12,1 | 25,7 |
| 20:29 - 20:30 | 9,2 | 19,4 | 8,9 | 18,7 | 12,6 | 26,6 |
| 20:30 - 20:31 | 9,3 | 19,4 | 8,5 | 17,9 | 12,9 | 27,1 |
| 20:31 - 20:32 | 9,4 | 19,7 | 8,3 | 17,3 | 13,0 | 27,2 |
| 20:32 - 20:33 | 9,3 | 19,5 | 8,1 | 17,0 | 13,2 | 27,4 |
| 20:33 - 20:34 | 9,3 | 19,3 | 8,1 | 17,0 | 13,3 | 27,7 |
| 20:34 - 20:35 | 9,5 | 19,9 | 8,1 | 17,0 | 13,3 | 27,8 |
| 20:35 - 20:36 | 9,7 | 20,1 | 8,2 | 17,0 | 13,7 | 28,4 |
| 20:36 - 20:37 | 9,3 | 19,2 | 8,5 | 17,6 | 13,5 | 27,9 |

| | | | | | | |
|---------------|-----|------|------|------|------|------|
| 20:37 - 20:38 | 9,3 | 19,1 | 8,9 | 18,4 | 13,5 | 27,8 |
| 20:38 - 20:39 | 8,9 | 18,2 | 8,8 | 18,1 | 13,5 | 27,8 |
| 20:39 - 20:40 | 8,1 | 16,7 | 9,1 | 18,6 | 13,4 | 27,5 |
| 20:40 - 20:41 | 7,8 | 15,9 | 9,4 | 19,3 | 13,4 | 27,5 |
| 20:41 - 20:42 | 7,6 | 15,5 | 9,5 | 19,5 | 13,7 | 27,9 |
| 20:42 - 20:43 | 7,4 | 15,2 | 9,7 | 19,9 | 13,7 | 27,9 |
| 20:43 - 20:44 | 7,1 | 14,6 | 10,1 | 20,6 | 13,5 | 27,5 |
| 20:44 - 20:45 | 7,3 | 14,9 | 9,9 | 20,2 | 13,7 | 28,0 |
| 20:45 - 20:46 | 7,8 | 16,0 | 9,8 | 20,1 | 13,5 | 27,5 |
| 20:46 - 20:47 | 8,0 | 16,4 | 9,5 | 19,5 | 13,4 | 27,4 |
| 20:47 - 20:48 | 8,1 | 16,5 | 9,8 | 19,9 | 13,4 | 27,4 |
| 20:48 - 20:49 | 7,9 | 16,1 | 10,1 | 20,4 | 13,6 | 27,5 |
| 20:49 - 20:50 | 7,6 | 15,4 | 10,2 | 20,7 | 13,8 | 27,9 |
| 20:50 - 20:51 | 7,7 | 15,6 | 10,1 | 20,5 | 13,7 | 27,8 |
| 20:51 - 20:52 | 7,8 | 15,8 | 10,0 | 20,4 | 13,7 | 27,8 |
| 20:52 - 20:53 | 8,2 | 16,7 | 10,0 | 20,4 | 14,0 | 28,5 |
| 20:53 - 20:54 | 8,7 | 17,8 | 9,7 | 19,7 | 14,1 | 28,7 |
| 20:54 - 20:55 | 8,4 | 17,0 | 10,4 | 21,2 | 13,7 | 27,8 |
| 20:55 - 20:56 | 8,1 | 16,5 | 10,7 | 21,6 | 13,7 | 27,9 |
| 20:56 - 20:57 | 8,6 | 17,3 | 10,2 | 20,5 | 14,1 | 28,5 |
| 20:57 - 20:58 | 8,7 | 17,5 | 10,2 | 20,4 | 14,4 | 29,1 |
| 20:58 - 20:59 | 8,1 | 16,4 | 10,3 | 20,6 | 14,9 | 29,9 |
| 20:59 - 21:00 | 7,1 | 14,3 | 10,8 | 21,8 | 14,9 | 30,1 |
| 21:00 - 21:01 | 7,0 | 14,1 | 11,0 | 22,0 | 14,9 | 30,0 |
| 21:01 - 21:02 | 6,9 | 13,8 | 10,7 | 21,6 | 15,1 | 30,4 |
| 21:02 - 21:03 | 6,9 | 13,8 | 11,0 | 22,2 | 15,1 | 30,4 |
| 21:03 - 21:04 | 7,1 | 14,1 | 11,2 | 22,4 | 14,9 | 29,7 |
| 21:04 - 21:05 | 6,9 | 13,8 | 11,1 | 22,2 | 14,8 | 29,4 |
| 21:05 - 21:06 | 6,8 | 13,6 | 11,5 | 23,0 | 14,4 | 28,9 |
| 21:06 - 21:07 | 6,8 | 13,5 | 11,6 | 23,0 | 14,5 | 28,6 |
| 21:07 - 21:08 | 7,0 | 13,9 | 11,6 | 23,0 | 14,5 | 28,7 |
| 21:08 - 21:09 | 6,8 | 13,6 | 11,6 | 23,0 | 14,7 | 29,3 |
| 21:09 - 21:10 | 7,0 | 13,9 | 11,1 | 21,9 | 15,1 | 29,9 |
| 21:10 - 21:11 | 7,2 | 14,2 | 10,1 | 20,0 | 15,5 | 30,5 |
| 21:11 - 21:12 | 7,3 | 14,4 | 9,6 | 19,0 | 15,6 | 30,7 |
| 21:12 - 21:13 | 7,3 | 14,3 | 9,4 | 18,6 | 15,9 | 31,3 |
| 21:13 - 21:14 | 7,4 | 14,7 | 9,4 | 18,5 | 15,8 | 31,1 |
| 21:14 - 21:15 | 7,1 | 13,9 | 9,2 | 18,1 | 16,2 | 31,9 |
| 21:15 - 21:16 | 7,1 | 14,0 | 9,1 | 17,9 | 16,3 | 32,2 |
| 19:59 - 21:16 | 9,0 | 18,8 | 8,9 | 18,7 | 12,8 | 26,9 |
| 02:30 - 26:30 | 4,8 | 19,1 | 5,3 | 20,8 | 6,2 | 24,3 |

Gráficos com o rating diário dos 3 canais

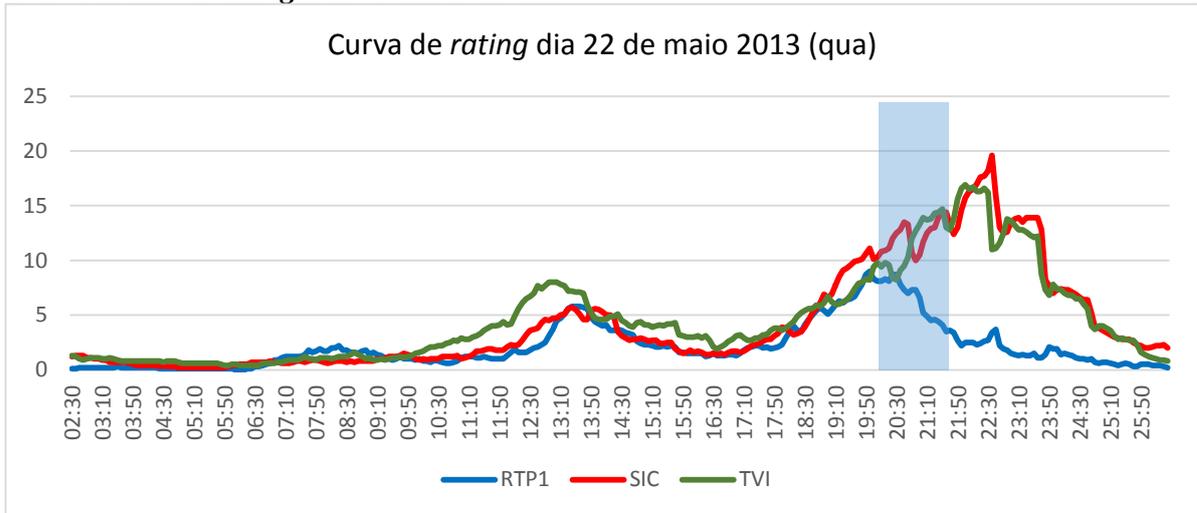


Figura 46

Fonte: Dados GFK/CAEM

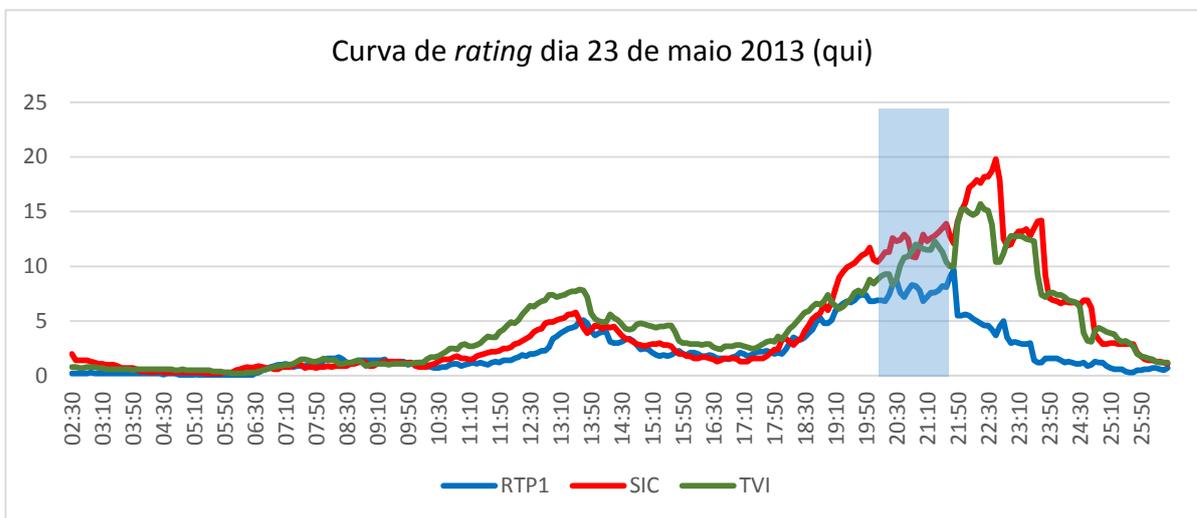


Figura 47

Fonte: Dados GFK/CAEM

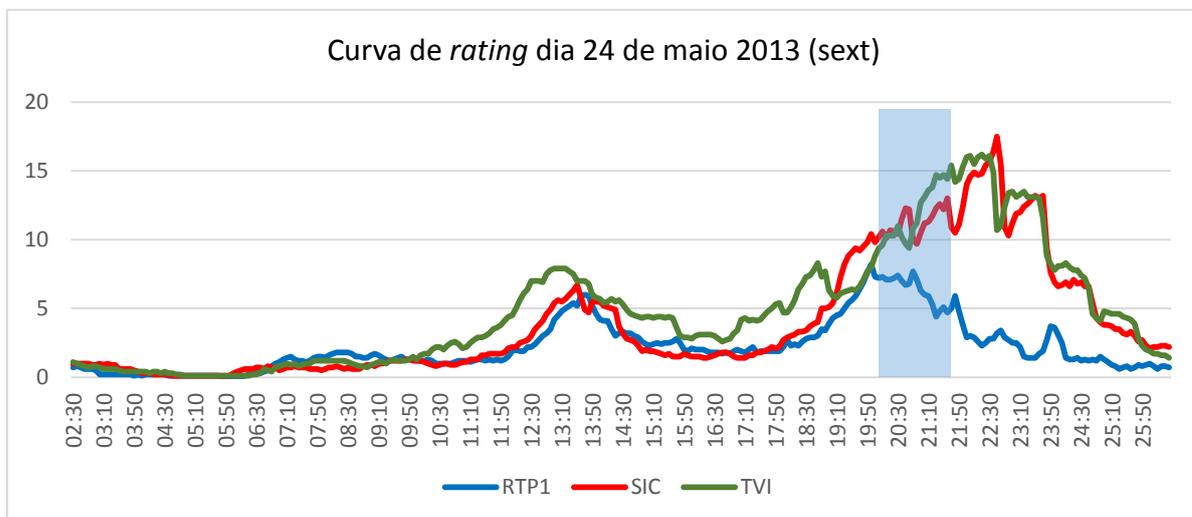


Figura 48

Fonte: Dados GFK/CAEM

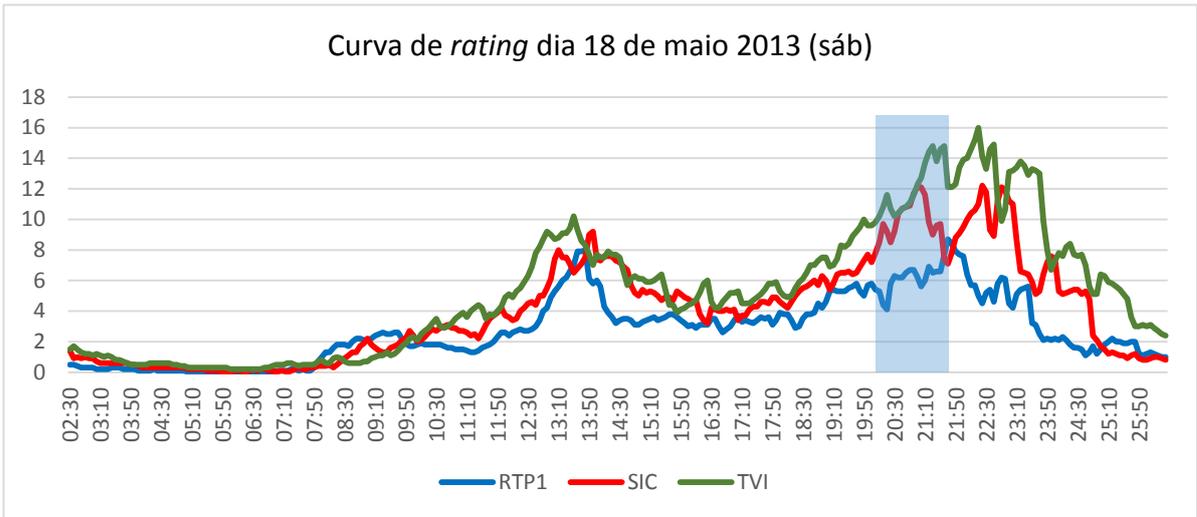


Figura 49

Fonte: Dados GFK/CAEM

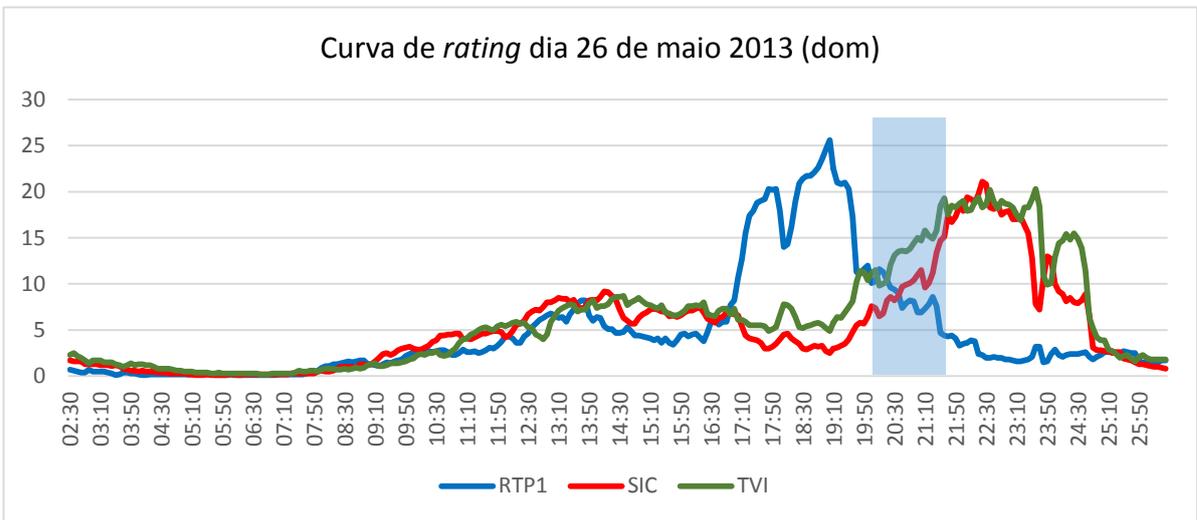


Figura 50

Fonte: Dados GFK/CAEM

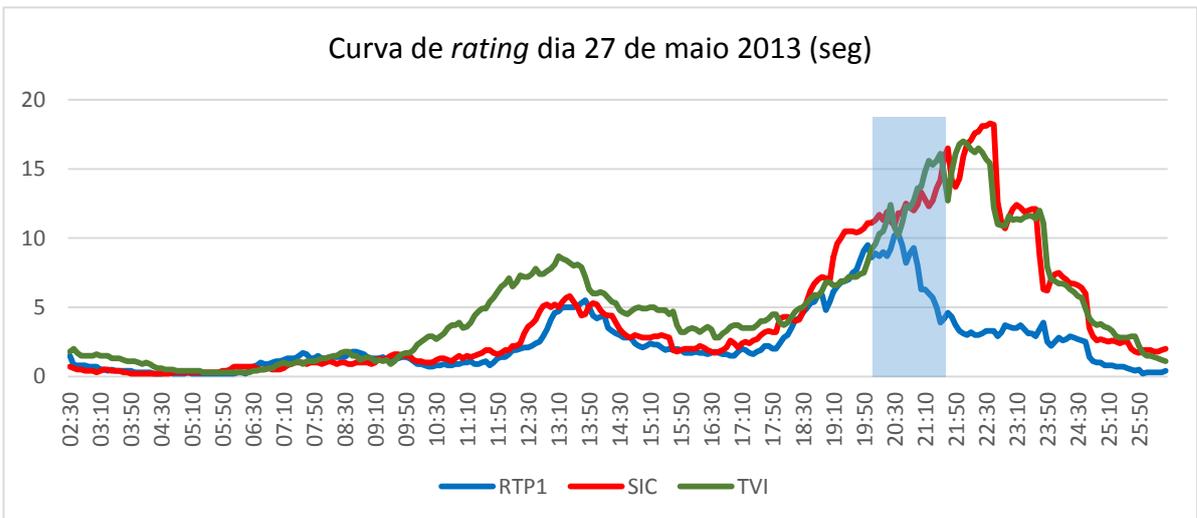


Figura 51

Fonte: Dados GFK/CAEM

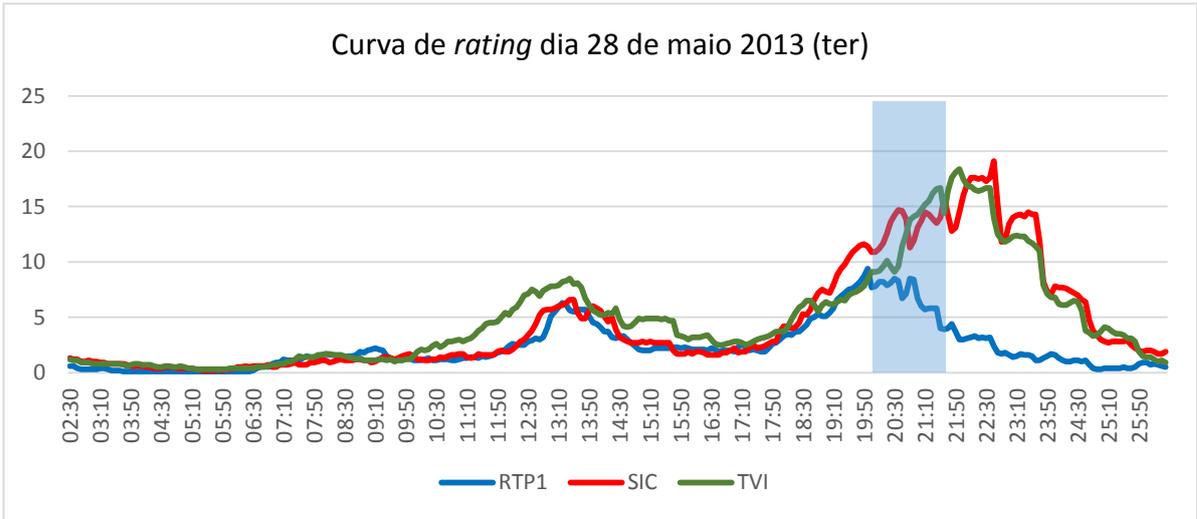


Figura 52

Fonte: Dados GFK/CAEM

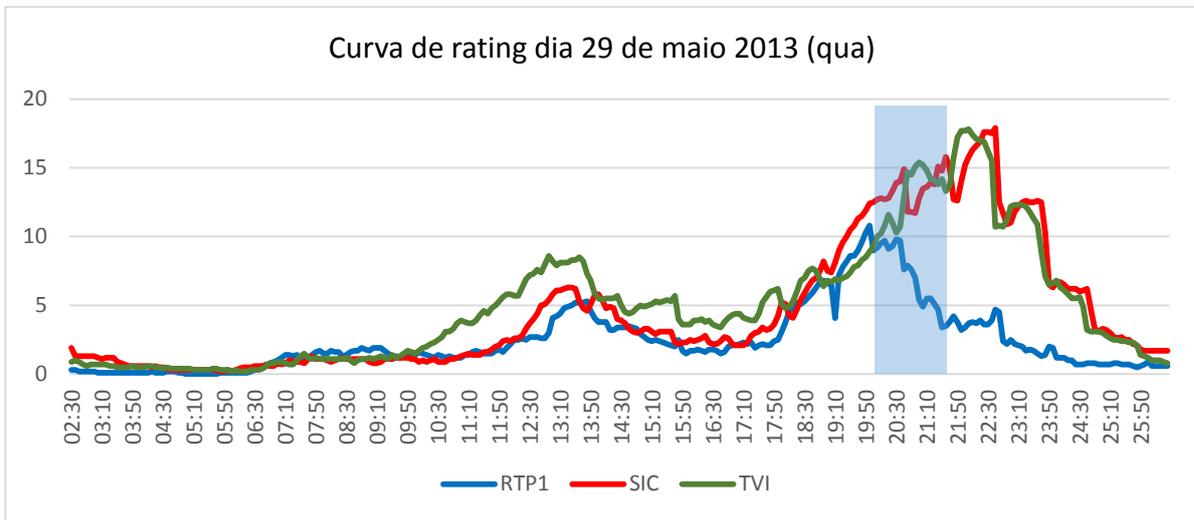


Figura 53

Fonte: Dados GFK/CAEM

Quadro nº 7 - Curva de Rating do dia no período da amostra – Fonte: GFK – CAEM

| Dia | 22 | | | 23 | | | 24 | | | 18 | | | 26 | | | 27 | | | 28 | | | 29 | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | RTP | SIC | TVI |
| 02:30 | 0,1 | 1,2 | 1,3 | 0,2 | 2 | 0,8 | 0,7 | 1 | 1,1 | 0,5 | 1,4 | 1,5 | 0,7 | 1,7 | 2,3 | 1,5 | 0,7 | 1,8 | 0,6 | 1,3 | 1,2 | 0,3 | 1,9 | 0,9 |
| 02:35 | 0,1 | 1,3 | 1,2 | 0,2 | 1,4 | 0,8 | 0,8 | 1 | 1 | 0,5 | 0,9 | 1,7 | 0,6 | 1,6 | 2,5 | 0,8 | 0,6 | 2 | 0,6 | 1,2 | 1,1 | 0,3 | 1,3 | 1 |
| 02:40 | 0,2 | 1,3 | 1 | 0,2 | 1,4 | 0,7 | 0,7 | 1 | 0,9 | 0,4 | 1 | 1,5 | 0,5 | 1,6 | 2,2 | 0,8 | 0,5 | 1,7 | 0,4 | 1,2 | 1,1 | 0,2 | 1,3 | 0,9 |
| 02:45 | 0,2 | 1,3 | 0,9 | 0,2 | 1,4 | 0,7 | 0,6 | 1 | 0,8 | 0,3 | 0,9 | 1,3 | 0,4 | 1,6 | 2 | 0,8 | 0,5 | 1,5 | 0,3 | 1 | 0,9 | 0,2 | 1,3 | 0,7 |
| 02:50 | 0,2 | 1,1 | 1 | 0,2 | 1,4 | 0,8 | 0,6 | 1 | 0,7 | 0,3 | 1 | 1,2 | 0,4 | 1,3 | 1,7 | 0,8 | 0,4 | 1,5 | 0,3 | 1 | 0,9 | 0,2 | 1,3 | 0,6 |
| 02:55 | 0,2 | 1,1 | 1,1 | 0,3 | 1,3 | 0,8 | 0,6 | 0,9 | 0,8 | 0,3 | 0,9 | 1,2 | 0,7 | 1,3 | 1,4 | 0,7 | 0,4 | 1,5 | 0,3 | 1,1 | 0,9 | 0,2 | 1,3 | 0,7 |
| 03:00 | 0,2 | 1 | 1,1 | 0,2 | 1,2 | 0,8 | 0,5 | 0,9 | 0,8 | 0,3 | 0,9 | 1,1 | 0,5 | 1,3 | 1,7 | 0,7 | 0,4 | 1,5 | 0,3 | 1 | 0,8 | 0,2 | 1,3 | 0,7 |
| 03:05 | 0,2 | 1 | 1,1 | 0,2 | 1,1 | 0,7 | 0,2 | 1 | 0,7 | 0,2 | 0,7 | 1,2 | 0,5 | 1,3 | 1,7 | 0,7 | 0,3 | 1,6 | 0,3 | 1 | 0,8 | 0,1 | 1,2 | 0,7 |
| 03:10 | 0,2 | 0,9 | 1 | 0,2 | 1,1 | 0,7 | 0,2 | 0,9 | 0,6 | 0,2 | 0,6 | 1,1 | 0,5 | 1,2 | 1,7 | 0,5 | 0,4 | 1,5 | 0,4 | 0,9 | 0,8 | 0,1 | 1,1 | 0,7 |
| 03:15 | 0,2 | 0,9 | 1 | 0,2 | 1 | 0,6 | 0,2 | 1 | 0,6 | 0,2 | 0,6 | 1 | 0,5 | 1,2 | 1,5 | 0,5 | 0,5 | 1,5 | 0,4 | 0,9 | 0,8 | 0,1 | 1,2 | 0,7 |
| 03:20 | 0,2 | 0,7 | 1,1 | 0,2 | 1 | 0,6 | 0,2 | 0,9 | 0,6 | 0,2 | 0,6 | 1,1 | 0,4 | 1,2 | 1,5 | 0,4 | 0,5 | 1,5 | 0,3 | 0,8 | 0,8 | 0,1 | 1,2 | 0,6 |
| 03:25 | 0,2 | 0,7 | 1 | 0,2 | 1 | 0,6 | 0,2 | 0,9 | 0,6 | 0,3 | 0,6 | 1 | 0,3 | 1,1 | 1,5 | 0,5 | 0,4 | 1,3 | 0,2 | 0,8 | 0,8 | 0,1 | 1,2 | 0,6 |
| 03:30 | 0,3 | 0,7 | 0,9 | 0,2 | 0,9 | 0,6 | 0,2 | 0,6 | 0,5 | 0,3 | 0,6 | 0,8 | 0,1 | 1,2 | 1,3 | 0,4 | 0,4 | 1,3 | 0,2 | 0,8 | 0,8 | 0,1 | 0,9 | 0,5 |
| 03:35 | 0,2 | 0,7 | 0,8 | 0,2 | 0,7 | 0,6 | 0,2 | 0,6 | 0,4 | 0,3 | 0,6 | 0,8 | 0,2 | 1,1 | 1,2 | 0,4 | 0,4 | 1,3 | 0,2 | 0,8 | 0,8 | 0,1 | 0,8 | 0,5 |
| 03:40 | 0,2 | 0,7 | 0,8 | 0,2 | 0,7 | 0,6 | 0,2 | 0,6 | 0,4 | 0,2 | 0,6 | 0,7 | 0,4 | 0,8 | 1 | 0,4 | 0,3 | 1,2 | 0,1 | 0,8 | 0,7 | 0,1 | 0,7 | 0,5 |
| 03:45 | 0,2 | 0,6 | 0,8 | 0,2 | 0,7 | 0,6 | 0,2 | 0,6 | 0,4 | 0,2 | 0,6 | 0,6 | 0,4 | 0,7 | 1,2 | 0,4 | 0,3 | 1,1 | 0,1 | 0,7 | 0,6 | 0,1 | 0,6 | 0,5 |
| 03:50 | 0,2 | 0,5 | 0,8 | 0,2 | 0,7 | 0,5 | 0,1 | 0,5 | 0,4 | 0,2 | 0,5 | 0,5 | 0,3 | 0,6 | 1,4 | 0,4 | 0,2 | 1,1 | 0,1 | 0,6 | 0,7 | 0,1 | 0,6 | 0,6 |
| 03:55 | 0,2 | 0,4 | 0,8 | 0,2 | 0,6 | 0,6 | 0,2 | 0,4 | 0,4 | 0,2 | 0,5 | 0,5 | 0,3 | 0,6 | 1,2 | 0,3 | 0,2 | 1,1 | 0,1 | 0,6 | 0,8 | 0,1 | 0,6 | 0,5 |
| 04:00 | 0,2 | 0,4 | 0,8 | 0,2 | 0,4 | 0,6 | 0,1 | 0,3 | 0,4 | 0,1 | 0,4 | 0,5 | 0,2 | 0,5 | 1,3 | 0,3 | 0,2 | 1 | 0,1 | 0,6 | 0,8 | 0,1 | 0,6 | 0,5 |
| 04:05 | 0,2 | 0,4 | 0,8 | 0,2 | 0,4 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,6 | 1,3 | 0,3 | 0,2 | 0,9 | 0,1 | 0,6 | 0,7 | 0,1 | 0,6 | 0,5 |
| 04:10 | 0,2 | 0,4 | 0,8 | 0,2 | 0,4 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,5 | 1,2 | 0,3 | 0,2 | 1 | 0,1 | 0,5 | 0,7 | 0,1 | 0,6 | 0,6 |
| 04:15 | 0,2 | 0,4 | 0,8 | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,2 | 0,4 | 0,1 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,5 | 1,2 | 0,3 | 0,2 | 0,9 | 0,1 | 0,5 | 0,7 | 0,2 | 0,5 | 0,6 |
| 04:20 | 0,2 | 0,4 | 0,8 | 0,2 | 0,4 | 0,6 | 0,2 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,5 | 1 | 0,2 | 0,2 | 0,7 | 0,1 | 0,4 | 0,6 | 0,1 | 0,6 | 0,5 |
| 04:25 | 0,1 | 0,3 | 0,8 | 0,2 | 0,4 | 0,6 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,4 | 0,8 | 0,2 | 0,2 | 0,6 | 0,1 | 0,4 | 0,5 | 0,1 | 0,5 | 0,5 |
| 04:30 | 0,1 | 0,4 | 0,7 | 0,1 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,2 | 0,4 | 0,1 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,4 | 0,8 | 0,2 | 0,2 | 0,6 | 0,1 | 0,4 | 0,5 | 0,1 | 0,5 | 0,4 |
| 04:35 | 0,1 | 0,3 | 0,8 | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,4 | 0,8 | 0,3 | 0,2 | 0,5 | 0,1 | 0,5 | 0,6 | 0,2 | 0,4 | 0,5 |
| 04:40 | 0,1 | 0,3 | 0,8 | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,1 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,8 | 0,3 | 0,2 | 0,5 | 0,1 | 0,5 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,4 |
| 04:45 | 0,1 | 0,3 | 0,8 | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,2 | 0,3 | 0,7 | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,5 | 0,5 | 0,2 | 0,3 | 0,4 |
| 04:50 | 0,1 | 0,2 | 0,7 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0,1 | 0,4 | 0,5 | 0,1 | 0,3 | 0,4 |
| 04:55 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0 | 0,3 | 0,6 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0,1 | 0,4 | 0,6 | 0,1 | 0,3 | 0,4 |
| 05:00 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0 | 0,4 | 0,5 | 0 | 0,3 | 0,4 |
| 05:05 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,5 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0 | 0,4 | 0,4 | 0 | 0,3 | 0,4 |
| 05:10 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,5 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0 | 0,4 | 0,4 | 0 | 0,3 | 0,3 |
| 05:15 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0 | 0,3 | 0,3 | 0 | 0,3 | 0,3 |
| 05:20 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0 | 0,3 | 0,3 | 0 | 0,3 | 0,3 |
| 05:25 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0 | 0,2 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0 | 0,3 | 0,3 |
| 05:30 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0 | 0,2 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0 | 0,3 | 0,3 |
| 05:35 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0 | 0,2 | 0,4 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0 | 0,3 | 0,4 |
| 05:40 | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0 | 0,2 | 0,4 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0,1 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0 | 0,3 | 0,4 |
| 05:45 | 0,1 | 0,2 | 0,5 | 0 | 0,2 | 0,4 | 0 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0,1 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0 | 0,3 | 0,3 | 0,1 | 0,2 | 0,3 |
| 05:50 | 0,1 | 0,2 | 0,4 | 0 | 0,3 | 0,3 | 0 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,4 | 0,3 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 0,2 | 0,3 |
| 05:55 | 0,1 | 0,3 | 0,4 | 0 | 0,3 | 0,3 | 0 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,4 | 0,3 | 0 | 0,3 | 0,3 | 0,1 | 0,3 | 0,3 |
| 06:00 | 0,1 | 0,4 | 0,5 | 0 | 0,3 | 0,2 | 0 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,5 | 0,3 | 0 | 0,3 | 0,4 | 0,1 | 0,2 | 0,2 |
| 06:05 | 0 | 0,4 | 0,5 | 0 | 0,5 | 0,2 | 0 | 0,4 | 0,1 | 0 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,7 | 0,3 | 0,1 | 0,4 | 0,4 | 0,1 | 0,3 | 0,3 |
| 06:10 | 0 | 0,5 | 0,4 | 0 | 0,6 | 0,2 | 0 | 0,5 | 0,1 | 0 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,3 | 0,7 | 0,3 | 0,1 | 0,5 | 0,4 | 0,1 | 0,4 | 0,2 |
| 06:15 | 0 | 0,5 | 0,4 | 0,1 | 0,7 | 0,2 | 0,1 | 0,6 | 0,1 | 0 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,3 | 0,7 | 0,3 | 0,1 | 0,5 | 0,4 | 0,1 | 0,5 | 0,2 |
| 06:20 | 0,1 | 0,5 | 0,4 | 0 | 0,8 | 0,3 | 0,2 | 0,6 | 0,1 | 0 | 0 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,7 | 0,3 | 0,1 | 0,6 | 0,4 | 0,1 | 0,5 | 0,2 |
| 06:25 | 0,1 | 0,7 | 0,4 | 0 | 0,7 | 0,3 | 0,2 | 0,6 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0,7 | 0,3 | 0,1 | 0,5 | 0,4 | 0,2 | 0,5 | 0,3 |
| 06:30 | 0,3 | 0,7 | 0,4 | 0,2 | 0,8 | 0,3 | 0,3 | 0,7 | 0,2 | 0 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,7 | 0,7 | 0,4 | 0,2 | 0,6 | 0,4 | 0,3 | 0,6 | 0,3 |
| 06:35 | 0,3 | 0,7 | 0,4 | 0,3 | 0,9 | 0,4 | 0,3 | 0,7 | 0,3 | 0 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,8 | 0,6 | 0,4 | 0,4 | 0,6 | 0,5 | 0,4 | 0,6 | 0,3 |
| 06:40 | 0,4 | 0,7 | 0,6 | 0,5 | 0,8 | 0,5 | 0,4 | 0,6 | 0,6 | 0 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 1 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,4 |
| 06:45 | 0,5 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,5 | 0,8 | 0,5 | 0 | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,9 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,6 |
| 06:50 | 0,6 | 0,8 | 0,6 | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,4 | 0 | 0,1 | 0,3 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,9 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,7 | 0,6 | 0,8 | 0,6 | 0,8 |
| 06:55 | 0,9 | 0,7 | 0,6 | 0,9 | 0,6 | 0,8 | 1 | 0,7 | 0,7 | 0 | 0,1 | 0,4 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 1 | 0,5 | 0,6 | 0,8 | 0,5 | 0,7 | 0,9 | 0,6 | 0,8 |
| 07:00 | 0,9 | 0,7 | 0,7 | 1 | 0,6 | 0,9 | 1,1 | 0,5 | 0,8 | 0,1 | 0 | 0,5 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 1,1 | 0,5 | 0,8 | 0,9 | 0,5 | 0,7 | 1 | 0,8 | 0,9 |
| 07:05 | 1,1 | 0,6 | 0,7 | 1 | 0,8 | 0,9 | 1,3 | 0,6 | 0,9 | 0,1 | 0,1 | 0,5 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 1,1 | 0,5 | 0,9 | 0,9 | 0,7 | 0,8 | 1,2 | 0,7 | 0,9 |
| 07:10 | 1,2 | 0,6 | 0,8 | 1,1 | 0,8 | 1 | 1,4 | 0,7 | 1 | 0,1 | 0,1 | 0,5 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 1,2 | 0,6 | 1 | 1,2 | 0,7 | 0,8 | 1,4 | 0,8 | 0,8 |
| 07:15 | 1,2 | 0,6 | 0,9 | 1 | 0,8 | 1 | 1,5 | 0,7 | 0,9 | 0,1 | 0 | 0,6 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 1,3 | 0,8 | 0,9 | 1,1 | 0,7 | 1 | 1,4 | 1 | 0,7 |

(cont.)

| Dia | 22 | 22 | 22 | 23 | 23 | 23 | 24 | 24 | 24 | 18 | 18 | 18 | 26 | 26 | 26 | 27 | 27 | 27 | 28 | 28 | 28 | 29 | 29 | 29 |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | RTP | SIC | TVI |
| 07:20 | 1,2 | 0,7 | 0,9 | 0,8 | 0,9 | 1,1 | 1,3 | 0,8 | 1 | 0,2 | 0,1 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 1,3 | 0,9 | 0,9 | 1,1 | 0,8 | 1 | 1,3 | 1 | 0,7 |
| 07:25 | 1,2 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 1,1 | 1,3 | 1,2 | 0,7 | 0,8 | 0,2 | 0,2 | 0,5 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 1,3 | 1 | 1 | 1,1 | 0,9 | 1,2 | 1,4 | 0,9 | 1 |
| 07:30 | 1,2 | 0,8 | 1 | 0,9 | 1 | 1,5 | 1,2 | 0,7 | 0,9 | 0,1 | 0,3 | 0,4 | 0,2 | 0,3 | 0,6 | 1,5 | 1 | 1,1 | 1,1 | 0,7 | 1,5 | 1,2 | 0,9 | 1,3 |
| 07:35 | 1,4 | 0,7 | 1,2 | 0,9 | 0,7 | 1,5 | 1,1 | 0,7 | 1 | 0,2 | 0,2 | 0,5 | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 1,7 | 1 | 0,9 | 1,3 | 0,7 | 1,4 | 1,2 | 0,8 | 1,5 |
| 07:40 | 1,8 | 0,8 | 1 | 1 | 0,8 | 1,4 | 1,2 | 0,6 | 1 | 0,1 | 0,2 | 0,5 | 0,3 | 0,3 | 0,5 | 1,6 | 0,9 | 1,1 | 1,5 | 0,7 | 1,4 | 1,2 | 1,1 | 1,2 |
| 07:45 | 1,6 | 0,9 | 1 | 1 | 0,8 | 1,3 | 1,4 | 0,6 | 1,2 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,4 | 0,3 | 0,6 | 1,3 | 1 | 1,1 | 1,4 | 0,9 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,1 |
| 07:50 | 1,7 | 0,9 | 0,9 | 1,1 | 0,7 | 1,3 | 1,5 | 0,6 | 1,2 | 0,3 | 0,3 | 0,5 | 0,4 | 0,3 | 0,6 | 1,3 | 1 | 1,1 | 1,4 | 0,9 | 1,4 | 1,6 | 1,1 | 1,2 |
| 07:55 | 1,9 | 0,8 | 1,1 | 1 | 0,8 | 1,4 | 1,5 | 0,5 | 1,2 | 0,7 | 0,4 | 0,7 | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 1,5 | 1 | 1,2 | 1,5 | 1 | 1,6 | 1,7 | 1,1 | 1,1 |
| 08:00 | 1,7 | 0,7 | 1,1 | 1,4 | 0,8 | 1,6 | 1,4 | 0,6 | 1,2 | 1 | 0,4 | 0,8 | 0,9 | 0,6 | 0,7 | 1,3 | 0,9 | 1,3 | 1,6 | 1,1 | 1,6 | 1,5 | 1,1 | 1,1 |
| 08:05 | 1,7 | 0,6 | 1,1 | 1,6 | 0,9 | 1,4 | 1,6 | 0,7 | 1,2 | 1,3 | 0,4 | 0,6 | 1,1 | 0,5 | 0,8 | 1,3 | 1 | 1,3 | 1,7 | 1,1 | 1,7 | 1,5 | 1 | 1,1 |
| 08:10 | 2 | 0,7 | 1 | 1,6 | 0,8 | 1,4 | 1,7 | 0,7 | 1,2 | 1,3 | 0,5 | 0,6 | 1,1 | 0,5 | 0,8 | 1,4 | 1,1 | 1,4 | 1,6 | 0,9 | 1,7 | 1,7 | 0,9 | 1,1 |
| 08:15 | 2 | 0,8 | 1,1 | 1,6 | 0,9 | 1,4 | 1,8 | 0,8 | 1,2 | 1,6 | 0,3 | 0,9 | 1,3 | 0,6 | 0,8 | 1,4 | 1 | 1,5 | 1,6 | 1 | 1,6 | 1,6 | 1 | 1,1 |
| 08:20 | 2,2 | 0,8 | 1,2 | 1,7 | 0,9 | 1,1 | 1,8 | 0,7 | 1,2 | 1,8 | 0,5 | 1 | 1,3 | 0,8 | 0,7 | 1,4 | 0,9 | 1,5 | 1,5 | 1,1 | 1,6 | 1,6 | 1,1 | 1,1 |
| 08:25 | 1,8 | 0,8 | 1,2 | 1,5 | 0,9 | 1,1 | 1,8 | 0,6 | 1,2 | 1,8 | 0,7 | 0,9 | 1,4 | 1 | 0,7 | 1,4 | 1 | 1,7 | 1,5 | 1,2 | 1,6 | 1,3 | 1,2 | 1,1 |
| 08:30 | 1,8 | 0,7 | 1,2 | 1,2 | 0,9 | 1,2 | 1,8 | 0,7 | 1,1 | 1,8 | 0,9 | 0,7 | 1,5 | 1 | 0,8 | 1,4 | 1 | 1,8 | 1,4 | 1,1 | 1,5 | 1,4 | 1,1 | 1,2 |
| 08:35 | 1,6 | 0,8 | 1,4 | 1,1 | 1,1 | 1,2 | 1,7 | 0,6 | 1 | 1,7 | 1,1 | 0,6 | 1,6 | 1 | 0,7 | 1,6 | 0,9 | 1,8 | 1,5 | 1,1 | 1,4 | 1,6 | 1,1 | 1 |
| 08:40 | 1,6 | 0,7 | 1,6 | 1,3 | 1,1 | 1,3 | 1,5 | 0,6 | 0,9 | 2 | 1,3 | 0,6 | 1,5 | 1 | 0,8 | 1,8 | 0,9 | 1,5 | 1,5 | 1,1 | 1,3 | 1,7 | 1,1 | 0,8 |
| 08:45 | 1,5 | 0,8 | 1,4 | 1,4 | 1,2 | 1,4 | 1,5 | 0,6 | 0,8 | 2,2 | 1,3 | 0,6 | 1,6 | 0,9 | 0,9 | 1,8 | 1 | 1,5 | 1,6 | 1,2 | 1,2 | 1,7 | 1,1 | 1 |
| 08:50 | 1,7 | 0,8 | 1,2 | 1,4 | 1,3 | 1,2 | 1,4 | 0,8 | 0,8 | 2,2 | 1,7 | 0,6 | 1,7 | 1,3 | 0,8 | 1,7 | 1 | 1,2 | 1,9 | 1,2 | 1,3 | 1,9 | 1,1 | 1,1 |
| 08:55 | 1,8 | 0,8 | 1 | 1,4 | 1,2 | 0,9 | 1,4 | 0,9 | 0,7 | 2,1 | 1,9 | 0,7 | 1,7 | 1,3 | 0,9 | 1,6 | 1 | 1,3 | 1,8 | 1,1 | 1,1 | 1,8 | 1,1 | 1,1 |
| 09:00 | 1,4 | 0,8 | 1,1 | 1,4 | 0,9 | 1 | 1,6 | 0,9 | 0,9 | 2,1 | 2,2 | 0,7 | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,4 | 1 | 1,4 | 2 | 1,1 | 1,1 | 1,7 | 0,9 | 1,2 |
| 09:05 | 1,6 | 0,8 | 0,9 | 1,4 | 0,9 | 1,1 | 1,7 | 0,8 | 1 | 2,2 | 1,8 | 0,9 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 0,9 | 1,3 | 2,1 | 0,9 | 1,1 | 1,9 | 0,8 | 1,1 |
| 09:10 | 1,4 | 1 | 0,9 | 1,4 | 1,1 | 1,1 | 1,6 | 1 | 1,1 | 2,4 | 1,6 | 1 | 1,2 | 1,6 | 1,4 | 1,3 | 1 | 1,1 | 2,2 | 1 | 1,1 | 1,9 | 0,8 | 1,2 |
| 09:15 | 1,3 | 1 | 1 | 1,4 | 1,2 | 1,1 | 1,4 | 1 | 1,1 | 2,5 | 1,4 | 1,1 | 1,1 | 2 | 1,1 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 2,1 | 1,2 | 1,2 | 1,9 | 0,9 | 1,3 |
| 09:20 | 1,1 | 1 | 0,9 | 1,5 | 1,3 | 1,1 | 1,3 | 1,1 | 1 | 2,6 | 1,3 | 1,1 | 1,3 | 2,4 | 1,1 | 1,4 | 1,2 | 1,1 | 2 | 1,4 | 1,2 | 1,7 | 1,1 | 1,2 |
| 09:25 | 1 | 1,2 | 1 | 1,1 | 1,3 | 1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 2,5 | 1,3 | 1,3 | 1,5 | 2,5 | 1,2 | 1,2 | 1,3 | 1,2 | 1,5 | 1,4 | 1,1 | 1,5 | 1,1 | 1,1 |
| 09:30 | 0,9 | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 1,3 | 1,1 | 1,3 | 1,2 | 1,3 | 2,5 | 1,6 | 1,1 | 1,4 | 2,3 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 0,9 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 1,3 | 1,1 | 1,4 |
| 09:35 | 1 | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,1 | 1,4 | 1,2 | 1,2 | 2,6 | 1,7 | 1,2 | 1,6 | 2,5 | 1,4 | 1,5 | 1,6 | 1,1 | 1,1 | 1,2 | 1 | 1,3 | 1,2 | 1,2 |
| 09:40 | 1,2 | 1,3 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,1 | 1,5 | 1,2 | 1,2 | 2,6 | 1,8 | 1,4 | 1,7 | 2,8 | 1,4 | 1,3 | 1,6 | 1,4 | 1,2 | 1,3 | 1,1 | 1,2 | 1,2 | 1,3 |
| 09:45 | 1 | 1,5 | 1,1 | 1,3 | 1,1 | 1,1 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 2,2 | 2,1 | 1,7 | 1,8 | 3 | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,6 | 1,1 | 1,5 | 1,1 | 1,3 | 1,2 | 1,5 |
| 09:50 | 1 | 1,4 | 1,2 | 1 | 1,2 | 1,1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,9 | 2,2 | 1,9 | 2,2 | 3,1 | 1,6 | 1,4 | 1,5 | 1,7 | 1,3 | 1,6 | 1,2 | 1,4 | 1,2 | 1,7 |
| 09:55 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,1 | 1,2 | 1,1 | 1,3 | 1,2 | 1,5 | 1,7 | 2,7 | 2,2 | 2,4 | 3,2 | 1,8 | 1,3 | 1,5 | 1,7 | 1,3 | 1,7 | 1,2 | 1,4 | 1,1 | 1,6 |
| 10:00 | 0,9 | 1 | 1,5 | 1,1 | 0,9 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,3 | 1,7 | 2,4 | 2,3 | 2,6 | 3 | 1,9 | 1,1 | 1,2 | 1,9 | 1,1 | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 1,1 | 1,5 |
| 10:05 | 1 | 0,9 | 1,6 | 1,2 | 0,8 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,6 | 1,8 | 2 | 2,1 | 2,8 | 2,9 | 2,3 | 0,9 | 1,1 | 2,3 | 1,1 | 1,2 | 1,9 | 1,6 | 0,9 | 1,7 |
| 10:10 | 0,8 | 1 | 1,7 | 1,2 | 0,8 | 1,2 | 1,2 | 1,1 | 1,7 | 1,9 | 2,1 | 2,5 | 2,8 | 2,9 | 2,4 | 0,9 | 1,1 | 2,5 | 1,1 | 1,2 | 2,1 | 1,5 | 1 | 1,9 |
| 10:15 | 0,8 | 0,9 | 1,9 | 1 | 0,8 | 1,5 | 1,3 | 1 | 1,7 | 1,8 | 2,3 | 2,7 | 2,8 | 3,1 | 2,3 | 0,8 | 1 | 2,7 | 1,2 | 1,1 | 2 | 1,4 | 0,9 | 2 |
| 10:20 | 0,7 | 1 | 2,1 | 0,8 | 1 | 1,7 | 1,2 | 0,9 | 2 | 1,8 | 2,6 | 2,9 | 2,7 | 3,3 | 2,5 | 0,7 | 1 | 2,9 | 1,3 | 1,1 | 2,1 | 1,3 | 1 | 2,2 |
| 10:25 | 0,9 | 1 | 2,1 | 0,7 | 1,1 | 1,7 | 1 | 0,8 | 2,2 | 1,8 | 2,8 | 3,2 | 2,6 | 3,7 | 2,5 | 0,7 | 1 | 2,9 | 1,1 | 1,2 | 2,4 | 1,2 | 1,1 | 2,3 |
| 10:30 | 0,8 | 1 | 2,2 | 0,7 | 1,3 | 1,8 | 1 | 0,9 | 2,2 | 1,8 | 2,7 | 3,5 | 2,7 | 3,9 | 2,7 | 0,8 | 1,2 | 2,7 | 1,1 | 1,2 | 2,6 | 1,4 | 0,9 | 2,5 |
| 10:35 | 0,7 | 1,2 | 2,2 | 0,8 | 1,5 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1,8 | 2,9 | 3 | 2,8 | 4,4 | 2,3 | 0,8 | 1,3 | 2,9 | 1,2 | 1,4 | 2,3 | 1,3 | 0,9 | 2,7 |
| 10:40 | 0,6 | 1,2 | 2,4 | 0,8 | 1,5 | 2,2 | 1 | 1 | 2,3 | 1,7 | 3 | 2,9 | 2,8 | 4,4 | 2,2 | 0,9 | 1,3 | 3,1 | 1,2 | 1,3 | 2,5 | 1,2 | 0,9 | 3,1 |
| 10:45 | 0,6 | 1,2 | 2,5 | 1 | 1,5 | 2,5 | 1 | 0,9 | 2,5 | 1,6 | 3,1 | 3 | 2,6 | 4,5 | 2,3 | 0,8 | 1,2 | 3,5 | 1,2 | 1,5 | 2,8 | 1,3 | 1,1 | 3,1 |
| 10:50 | 0,7 | 1,2 | 2,7 | 1,1 | 1,7 | 2,5 | 1,1 | 0,9 | 2,6 | 1,6 | 2,9 | 3,2 | 2,3 | 4,5 | 2,7 | 0,8 | 1,1 | 3,7 | 1,1 | 1,6 | 2,8 | 1,2 | 1,1 | 3,3 |
| 10:55 | 0,8 | 1,3 | 2,6 | 1,1 | 1,8 | 2,4 | 1,2 | 1 | 2,4 | 1,5 | 2,9 | 3,5 | 2,3 | 4,6 | 3 | 0,9 | 1,3 | 3,7 | 1,1 | 1,6 | 2,9 | 1,2 | 1,2 | 3,7 |
| 11:00 | 1,1 | 1 | 2,9 | 0,9 | 1,6 | 2,8 | 1,2 | 1,1 | 2,1 | 1,5 | 2,7 | 3,7 | 2,5 | 4,6 | 3,6 | 0,9 | 1,5 | 3,9 | 1,2 | 1,7 | 3 | 1,2 | 1,3 | 3,9 |
| 11:05 | 1,2 | 1,1 | 2,8 | 1 | 1,6 | 2,9 | 1,2 | 1,1 | 2,2 | 1,5 | 2,7 | 3,9 | 2,9 | 4 | 4 | 1 | 1,3 | 3,5 | 1,3 | 1,7 | 2,8 | 1,4 | 1,4 | 3,8 |
| 11:10 | 1,2 | 1,2 | 2,8 | 1,1 | 1,5 | 2,7 | 1,1 | 1,3 | 2,5 | 1,4 | 2,6 | 3,6 | 2,6 | 4,1 | 4,1 | 1 | 1,5 | 3,6 | 1,3 | 1,4 | 3 | 1,4 | 1,5 | 3,7 |
| 11:15 | 1,2 | 1,4 | 3 | 1,2 | 1,5 | 2,7 | 1,2 | 1,3 | 2,7 | 1,3 | 2,4 | 4 | 2,6 | 4 | 4,5 | 1,1 | 1,4 | 3,9 | 1,4 | 1,3 | 3,1 | 1,6 | 1,4 | 3,7 |
| 11:20 | 1,1 | 1,7 | 3,1 | 1,1 | 1,8 | 2,8 | 1,3 | 1,3 | 2,9 | 1,3 | 2,5 | 4,2 | 2,7 | 4,2 | 4,7 | 0,9 | 1,5 | 4,4 | 1,4 | 1,4 | 3,4 | 1,7 | 1,4 | 3,9 |
| 11:25 | 1,1 | 1,7 | 3,3 | 1,2 | 1,9 | 3 | 1,3 | 1,6 | 2,9 | 1,4 | 2,2 | 4,4 | 2,5 | 4,4 | 5 | 0,9 | 1,6 | 4,7 | 1,3 | 1,7 | 3,8 | 1,6 | 1,4 | 4,3 |
| 11:30 | 1,2 | 1,8 | 3,6 | 1,1 | 2 | 3,3 | 1,2 | 1,6 | 3 | 1,6 | 2,6 | 4,2 | 2,6 | 4,6 | 5,2 | 1 | 1,7 | 4,9 | 1,5 | 1,6 | 4 | 1,5 | 1,6 | 4,6 |
| 11:35 | 1,1 | 1,9 | 3,8 | 1 | 2,1 | 3,6 | 1,3 | 1,7 | 3,2 | 1,7 | 3,1 | 3,5 | 2,8 | 4,6 | 5,3 | 1,1 | 1,9 | 4,9 | 1,4 | 1,6 | 4,4 | 1,5 | 1,6 | 4,4 |
| 11:40 | 1 | 1,9 | 4 | 1,2 | 2,2 | 3,5 | 1,2 | 1,7 | 3,5 | 1,8 | 3,5 | 3,8 | 3,1 | 4,8 | 5,1 | 0,8 | 1,9 | 5,4 | 1,5 | 1,6 | 4,5 | 1,5 | 1,8 | 4,8 |
| 11:45 | 1 | 1,8 | 4 | 1,3 | 2,2 | 3,5 | 1,3 | 1,7 | 3,6 | 2 | 3,7 | 3,7 | 3 | 4,9 | 5 | 1 | 1,7 | 5,7 | 1,6 | 1,6 | 4,5 | 1,7 | 2 | 5 |
| 11:50 | 1 | 1,8 | 4,1 | 1,2 | 2,3 | 4 | 1,2 | 1,7 | 3,8 | 2,3 | 3,9 | 4 | 3,3 | 4,9 | 5,4 | 1,3 | 1,6 | 6,1 | 1,8 | 1,9 | 4,6 | 1,8 | 2,1 | 5,3 |
| 11:55 | 1 | 1,8 | 4,4 | 1,4 | 2,5 | 4,2 | 1,3 | 1,8 | 4,1 | 2,6 | 4,2 | 4,3 | 3,7 | 4,8 | 5,6 | 1,4 | 1,7 | 6,5 | 1,9 | 2 | 5 | 1,6 | 2,4 | 5,6 |
| 12:00 | 1,3 | 2,1 | 4,1 | 1,4 | 2,5 | 4,6 | 1,5 | 2,1 | 4,4 | 2,6 | 3,7 | 4,9 | 4,3 | 4,2 | 5,4 | 1,4 | 1,9 | 6,7 | 2,1 | 1,9 | 5,4 | 1,9 | 2,5 | 5,8 |
| 12:05 | 1,6 | 2,3 | 4,2 | 1,4 | 2,6 | 4,9 | 1,9 | 2,2 | 4,5 | 2,4 | 3,6 | 5,1 | 4,3 | 4,4 | 5,6 | 1,6 | 1,9 | 7,1 | 2,4 | 1,9 | 5,2 | 2,2 | 2,4 | 5,8 |

(cont.)

| Dia | 22 | 22 | 22 | 23 | 23 | 23 | 24 | 24 | 24 | 18 | 18 | 18 | 26 | 26 | 26 | 27 | 27 | 27 | 28 | 28 | 28 | 29 | 29 | 29 |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI |
| 12:10 | 1,9 | 2,2 | 4,9 | 1,6 | 2,9 | 4,8 | 2 | 2,2 | 5 | 2,6 | 3,4 | 4,9 | 4,1 | 4,9 | 5,8 | 1,9 | 2,2 | 6,5 | 2,6 | 2,1 | 5,7 | 2,5 | 2,6 | 5,7 |
| 12:15 | 1,6 | 2,3 | 5,6 | 1,7 | 3 | 5,1 | 1,9 | 2,5 | 5,6 | 2,7 | 3,5 | 5,3 | 3,6 | 5,6 | 5,9 | 1,9 | 2,2 | 6,8 | 2,5 | 2,4 | 5,9 | 2,5 | 2,6 | 5,7 |
| 12:20 | 1,6 | 2,7 | 6,1 | 1,9 | 3,2 | 5,6 | 1,9 | 2,6 | 6,1 | 2,8 | 4 | 5,5 | 3,6 | 5,7 | 5,7 | 2 | 2,4 | 7,3 | 2,5 | 2,8 | 6,4 | 2,6 | 2,8 | 6,3 |
| 12:25 | 1,6 | 3,2 | 6,5 | 1,8 | 3,4 | 6 | 2,2 | 2,7 | 6,4 | 2,7 | 4,2 | 5,9 | 4,3 | 6 | 5,8 | 2,1 | 3,1 | 7,2 | 2,5 | 3 | 7 | 2,5 | 3,3 | 6,9 |
| 12:30 | 1,8 | 3,6 | 6,7 | 2 | 3,6 | 6,4 | 2,2 | 3 | 7 | 2,7 | 4,5 | 6,3 | 4,6 | 6,7 | 5,3 | 2,1 | 3,6 | 7,2 | 2,8 | 3,4 | 7,1 | 2,7 | 3,7 | 7,2 |
| 12:35 | 2 | 3,7 | 7 | 2 | 4 | 6,3 | 2,4 | 3,5 | 7 | 2,8 | 4,6 | 6,9 | 5,3 | 7 | 5,2 | 2,2 | 3,8 | 7,4 | 2,9 | 3,8 | 7,5 | 2,7 | 4 | 7,3 |
| 12:40 | 2,1 | 3,8 | 7,7 | 2,1 | 4,2 | 6,6 | 2,7 | 3,8 | 7 | 3 | 4,4 | 7,8 | 5,7 | 7,2 | 4,5 | 2,4 | 4,1 | 7,8 | 3,1 | 4,4 | 7,3 | 2,7 | 4,4 | 7,6 |
| 12:45 | 2,3 | 4,3 | 7,4 | 2,3 | 4,3 | 6,8 | 3 | 4,1 | 6,9 | 3,4 | 5 | 8,2 | 6,1 | 7,1 | 4,3 | 2,5 | 4,7 | 7,4 | 3 | 5,2 | 6,9 | 2,6 | 5 | 7,4 |
| 12:50 | 2,5 | 4,6 | 7,7 | 2,3 | 4,8 | 6,9 | 3,2 | 4,6 | 7,5 | 4 | 5 | 8,7 | 6,3 | 7,5 | 4 | 2,9 | 5,1 | 7,4 | 3,2 | 5,6 | 7,4 | 2,6 | 5,1 | 8 |
| 12:55 | 3,1 | 4,5 | 8 | 2,6 | 4,9 | 7,4 | 3,5 | 4,9 | 7,8 | 4,2 | 5,5 | 9,2 | 6,6 | 8 | 4,5 | 3,4 | 5,2 | 7,6 | 4 | 5,7 | 7,6 | 3 | 5,4 | 8,6 |
| 13:00 | 3,7 | 4,7 | 8 | 3,4 | 4,9 | 7,4 | 4,2 | 5,4 | 7,9 | 4,9 | 6,1 | 9 | 6,8 | 8 | 5,9 | 4,1 | 5 | 7,8 | 5,1 | 5,7 | 7,8 | 4,1 | 5,8 | 8,2 |
| 13:05 | 4,5 | 4,7 | 8 | 3,6 | 5,1 | 7,2 | 4,5 | 5,6 | 7,9 | 5,3 | 7,4 | 8,7 | 6,6 | 8,2 | 6,5 | 4,6 | 5,2 | 8,1 | 5,5 | 5,8 | 7,8 | 4,2 | 6,1 | 7,9 |
| 13:10 | 4,7 | 5 | 7,8 | 3,9 | 5,2 | 7,3 | 4,8 | 5,5 | 7,9 | 5,6 | 8 | 8,8 | 6,3 | 8,5 | 7,1 | 4,7 | 5 | 8,7 | 5,9 | 6 | 7,9 | 4,4 | 6,1 | 8,1 |
| 13:15 | 5,1 | 5,1 | 7,7 | 4,1 | 5,3 | 7,4 | 5 | 5,7 | 7,9 | 6 | 7,5 | 9,1 | 6,4 | 8,4 | 7,4 | 5 | 5,4 | 8,5 | 6,3 | 6,1 | 8,2 | 4,8 | 6,2 | 8,1 |
| 13:20 | 5,6 | 5,6 | 7,2 | 4,3 | 5,6 | 7,6 | 5,2 | 6 | 7,7 | 6,2 | 7,5 | 9,1 | 5,9 | 8,4 | 7,6 | 5 | 5,7 | 8,4 | 6,1 | 6,3 | 8,3 | 4,9 | 6,3 | 8,1 |
| 13:25 | 5,8 | 5,7 | 7,2 | 4,4 | 5,6 | 7,7 | 5,4 | 6,3 | 7,5 | 6,6 | 7,1 | 9,4 | 6,7 | 8 | 7,8 | 5 | 5,8 | 8,2 | 5,6 | 6,6 | 8,5 | 5 | 6,3 | 8,3 |
| 13:30 | 5,8 | 5,5 | 7,1 | 4,5 | 5,8 | 7,7 | 5,2 | 6,7 | 7 | 7 | 6,5 | 10,2 | 7,2 | 8,3 | 7,7 | 5 | 5,4 | 8 | 5,5 | 6,6 | 8 | 5,2 | 6,2 | 8,3 |
| 13:35 | 5,8 | 5,1 | 7,1 | 5 | 5,1 | 7,9 | 5,9 | 5,8 | 7 | 7,9 | 6,8 | 9,3 | 7,9 | 7,5 | 7 | 5,1 | 5 | 8,1 | 5,7 | 5,4 | 8,1 | 5,2 | 5,3 | 8,5 |
| 13:40 | 5,7 | 4,6 | 7 | 5,1 | 4,4 | 7,8 | 6 | 4,9 | 7 | 7,9 | 7,1 | 8,6 | 8,2 | 7,3 | 7,2 | 5,3 | 4,4 | 7,9 | 5,7 | 4,9 | 7,7 | 5,2 | 4,8 | 8,2 |
| 13:45 | 5,6 | 4,6 | 5,9 | 4,8 | 3,9 | 7,2 | 5,9 | 4,7 | 6,8 | 8 | 7,5 | 8,3 | 8,2 | 7,5 | 7,2 | 5,5 | 4,5 | 7,2 | 5,7 | 4,9 | 6,7 | 5,3 | 4,6 | 7,3 |
| 13:50 | 4,8 | 5,4 | 5,2 | 4,1 | 4,2 | 5,7 | 5,2 | 5,5 | 6 | 6,1 | 9 | 7,7 | 6,6 | 8,2 | 7,9 | 5 | 5,1 | 6,3 | 5,1 | 5,6 | 6,1 | 4,6 | 5,1 | 6,8 |
| 13:55 | 4,4 | 5,6 | 4,7 | 3,7 | 4,6 | 5,2 | 4,6 | 5,5 | 5,8 | 5,8 | 9,2 | 7 | 6 | 8,3 | 8,2 | 4,4 | 5,3 | 6 | 4,5 | 6 | 5,6 | 4,1 | 5,7 | 5,9 |
| 14:00 | 4,2 | 5,5 | 4,6 | 3,9 | 4,5 | 5 | 4,2 | 5,5 | 5,7 | 6 | 7,4 | 7,7 | 6,4 | 8,2 | 7,4 | 4,2 | 5,2 | 6 | 4,4 | 5,8 | 5,4 | 3,8 | 5,8 | 5,5 |
| 14:05 | 4 | 5,3 | 4,6 | 4 | 4,3 | 4,9 | 4,1 | 5,2 | 5,4 | 5,6 | 7,3 | 7,5 | 6,3 | 8,6 | 7,6 | 4,3 | 4,8 | 6,1 | 4,1 | 5,6 | 5,2 | 3,8 | 5,4 | 5,4 |
| 14:10 | 4,1 | 5 | 4,6 | 4 | 4,5 | 4,9 | 4,1 | 5,1 | 5,5 | 4,3 | 7,6 | 7,5 | 5,4 | 9,2 | 7,6 | 4,4 | 4,5 | 6 | 3,7 | 5,1 | 5,2 | 3,8 | 4,8 | 5,5 |
| 14:15 | 3,6 | 5 | 4,9 | 3,1 | 4,4 | 5,6 | 3,5 | 5 | 5,7 | 3,9 | 7,6 | 7,9 | 5,1 | 9,1 | 7,8 | 3,5 | 4,4 | 5,7 | 3,7 | 4,6 | 5,4 | 3,2 | 4,9 | 5,5 |
| 14:20 | 3,6 | 4,8 | 4,9 | 3 | 4,5 | 5,3 | 3 | 4,9 | 5,5 | 3,6 | 7,6 | 7,7 | 5,1 | 8,7 | 8,4 | 3,3 | 4,4 | 5,4 | 3,2 | 5 | 5,3 | 3,2 | 4,8 | 5,5 |
| 14:25 | 3,7 | 3,5 | 5,1 | 3 | 4,1 | 5,1 | 3,2 | 3,7 | 5,6 | 3,2 | 7,3 | 7,7 | 4,7 | 8,3 | 8,6 | 3,1 | 3,9 | 5,3 | 3,1 | 3,9 | 5,8 | 3,4 | 4 | 5,7 |
| 14:30 | 3,6 | 3,1 | 4,5 | 3,1 | 3,7 | 4,7 | 3,3 | 3,2 | 5,3 | 3,4 | 7,2 | 7,5 | 4,7 | 7,2 | 8,6 | 3 | 3,4 | 4,8 | 3,3 | 3,2 | 4,8 | 3,4 | 3,9 | 5 |
| 14:35 | 3,4 | 2,9 | 4,3 | 3,3 | 3,4 | 4,3 | 3,2 | 2,8 | 4,9 | 3,5 | 6,9 | 6,6 | 4,8 | 6,3 | 8,7 | 2,8 | 3,1 | 4,6 | 3,3 | 3 | 4,2 | 3,4 | 3,7 | 4,5 |
| 14:40 | 3,3 | 2,7 | 4 | 3,4 | 3,3 | 4,2 | 3,2 | 2,7 | 4,6 | 3,5 | 6,7 | 5,7 | 5,3 | 6 | 7,7 | 2,8 | 2,9 | 4,5 | 3 | 2,8 | 4,1 | 3,5 | 3,3 | 4,4 |
| 14:45 | 3,2 | 2,8 | 3,9 | 3,2 | 3,1 | 4,3 | 3 | 2,6 | 4,5 | 3,4 | 5,7 | 6,1 | 4,9 | 5,7 | 8 | 2,8 | 2,8 | 4,7 | 2,7 | 2,7 | 4,2 | 3,4 | 3,1 | 4,5 |
| 14:50 | 2,6 | 2,8 | 4,3 | 2,8 | 2,9 | 4,7 | 2,9 | 2,3 | 4,4 | 3,1 | 5,2 | 6,3 | 4,4 | 5,7 | 8,2 | 2,4 | 3 | 4,9 | 2,4 | 2,7 | 4,5 | 3,3 | 3 | 4,8 |
| 14:55 | 2,4 | 2,9 | 4,4 | 2,4 | 2,8 | 4,8 | 2,6 | 1,9 | 4,3 | 3,1 | 5 | 6,1 | 4,4 | 6,3 | 8,5 | 2,2 | 2,9 | 5 | 2,1 | 2,7 | 4,9 | 2,9 | 3,1 | 5 |
| 15:00 | 2,3 | 2,8 | 4,1 | 2,5 | 2,7 | 4,7 | 2,4 | 2 | 4,4 | 3,3 | 5,4 | 6,1 | 4,3 | 6,7 | 8,1 | 2,1 | 2,8 | 4,9 | 2 | 2,8 | 4,8 | 2,7 | 3,3 | 4,9 |
| 15:05 | 2,3 | 2,6 | 4,1 | 2,4 | 2,8 | 4,6 | 2,3 | 1,9 | 4,4 | 3,4 | 5,2 | 5,9 | 4,2 | 6,9 | 7,8 | 2,2 | 2,8 | 4,9 | 2 | 2,7 | 4,9 | 2,5 | 3,3 | 5 |
| 15:10 | 2,2 | 2,7 | 3,9 | 2,1 | 2,9 | 4,5 | 2,4 | 1,9 | 4,3 | 3,5 | 5,3 | 5,9 | 4,1 | 7,2 | 7,7 | 2,4 | 2,8 | 5 | 2 | 2,8 | 4,9 | 2,4 | 3,1 | 5,1 |
| 15:15 | 2,1 | 2,7 | 4 | 1,9 | 2,9 | 4,4 | 2,5 | 1,8 | 4,4 | 3,6 | 5,2 | 6 | 3,9 | 7,3 | 7,5 | 2,3 | 2,9 | 5 | 2,2 | 2,7 | 4,9 | 2,5 | 2,9 | 5,3 |
| 15:20 | 2,1 | 2,4 | 4,1 | 1,8 | 3 | 4,5 | 2,4 | 1,7 | 4,4 | 3,4 | 5 | 6,2 | 4,1 | 7,2 | 7,3 | 2,3 | 2,9 | 4,8 | 2,2 | 2,7 | 4,9 | 2,4 | 3,1 | 5,2 |
| 15:25 | 2,2 | 2,4 | 4 | 1,9 | 2,8 | 4,5 | 2,5 | 1,6 | 4,3 | 3,5 | 4,7 | 6,4 | 3,6 | 7 | 7,7 | 2,1 | 3 | 4,8 | 2,2 | 2,7 | 4,8 | 2,3 | 3,1 | 5,3 |
| 15:30 | 2,1 | 2,5 | 4,2 | 1,8 | 2,8 | 4,6 | 2,5 | 1,7 | 4,4 | 3,6 | 4,9 | 5,4 | 4,1 | 7 | 6,9 | 1,9 | 2,9 | 4,8 | 2,2 | 2,7 | 4,9 | 2,2 | 3,1 | 5,4 |
| 15:35 | 2,2 | 2,5 | 4,2 | 1,9 | 2,7 | 4,6 | 2,6 | 1,5 | 4,3 | 3,8 | 4,9 | 4,4 | 3,6 | 6,5 | 6,8 | 2 | 2,8 | 4,5 | 2,2 | 2,7 | 4,7 | 2,1 | 3,1 | 5,3 |
| 15:40 | 2,1 | 1,9 | 4,3 | 2,1 | 2,3 | 4 | 2,8 | 1,5 | 3,6 | 3,8 | 4,7 | 4,4 | 3,4 | 6,6 | 6,6 | 1,9 | 1,9 | 4,7 | 2,3 | 2 | 4,7 | 2 | 2,3 | 5,7 |
| 15:45 | 1,6 | 1,7 | 3,2 | 2,3 | 2 | 3,2 | 2,5 | 1,5 | 3 | 3,6 | 5,3 | 3,9 | 3,9 | 6,4 | 6,6 | 2 | 1,8 | 3,7 | 2,3 | 1,7 | 3,4 | 2,5 | 2,2 | 4 |
| 15:50 | 1,6 | 1,5 | 3,1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1,7 | 2,9 | 3,4 | 5,1 | 4,1 | 4,5 | 6,6 | 6,8 | 1,9 | 1,9 | 3,2 | 2,2 | 1,7 | 3,3 | 1,7 | 2,3 | 3,6 |
| 15:55 | 1,5 | 1,6 | 3 | 1,9 | 1,8 | 3 | 1,9 | 1,6 | 2,9 | 3,2 | 4,9 | 4,2 | 4,6 | 6,9 | 7,1 | 1,7 | 2 | 3,2 | 2,3 | 1,7 | 3,2 | 1,5 | 2,3 | 3,6 |
| 16:00 | 1,5 | 1,8 | 3 | 2,1 | 1,8 | 2,9 | 2,1 | 1,5 | 2,8 | 3 | 4,8 | 4,4 | 4,3 | 7,1 | 7,6 | 1,7 | 2 | 3,4 | 2,2 | 1,9 | 3 | 1,7 | 2,5 | 3,6 |
| 16:05 | 1,5 | 1,6 | 3 | 2,1 | 1,6 | 2,9 | 2 | 1,5 | 3 | 3,1 | 4,6 | 4,5 | 4,5 | 7,1 | 7,6 | 1,7 | 2 | 3,5 | 2,1 | 1,7 | 3,2 | 1,7 | 2,4 | 3,9 |
| 16:10 | 1,5 | 1,7 | 3,1 | 2 | 1,6 | 2,9 | 2 | 1,5 | 3,1 | 2,9 | 4,7 | 4,7 | 4,6 | 7,3 | 7,7 | 1,8 | 2 | 3,4 | 2,1 | 1,9 | 3,2 | 1,8 | 2,5 | 3,9 |
| 16:15 | 1,5 | 1,6 | 2,9 | 1,8 | 1,7 | 2,8 | 2 | 1,4 | 3,1 | 3,1 | 3,8 | 5,2 | 4,2 | 7,5 | 7,6 | 1,7 | 2,2 | 3,2 | 2,1 | 1,9 | 3,2 | 1,7 | 2,6 | 4 |
| 16:20 | 1,2 | 1,4 | 3,1 | 1,8 | 1,7 | 2,9 | 1,9 | 1,4 | 3,1 | 3,1 | 3,4 | 5,8 | 3,8 | 6,9 | 8 | 1,7 | 2,1 | 3,4 | 2,1 | 1,8 | 3,3 | 1,6 | 2,8 | 3,8 |
| 16:25 | 1,3 | 1,4 | 2,7 | 1,9 | 1,6 | 2,9 | 1,8 | 1,5 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 6 | 4,8 | 6,2 | 6,7 | 1,6 | 1,9 | 3,6 | 2 | 1,6 | 3,4 | 1,8 | 2,3 | 3,9 |
| 16:30 | 1,5 | 1,5 | 2,1 | 1,8 | 1,5 | 2,6 | 1,8 | 1,6 | 3 | 3,5 | 4,2 | 4,6 | 6 | 6 | 6,6 | 1,7 | 1,8 | 3,4 | 2,2 | 1,6 | 3 | 1,8 | 2,2 | 3,6 |
| 16:35 | 1,3 | 1,4 | 1,9 | 1,6 | 1,3 | 2,5 | 1,8 | 1,7 | 2,8 | 3,5 | 4,1 | 4,2 | 6,1 | 5,8 | 6,5 | 1,8 | 1,7 | 2,8 | 2,1 | 1,6 | 2,6 | 1,7 | 2,2 | 3,5 |
| 16:40 | 1,3 | 1,5 | 2,1 | 1,6 | 1,4 | 2,4 | 1,7 | 1,8 | 2,6 | 3 | 4 | 4,2 | 5,6 | 6,3 | 7,1 | 1,7 | 1,8 | 2,8 | 1,9 | 1,6 | 2,5 | 1,5 | 2,4 | 3,4 |
| 16:45 | 1,3 | 1,4 | 2,3 | 1,6 | 1,6 | 2,7 | 1,8 | 1,8 | 2,7 | 2,6 | 4 | 4,6 | 5,9 | 6,4 | 7,3 | 1,6 | 1,9 | 3,1 | 2 | 1,8 | 2,5 | 1,6 | 2,7 | 3,8 |
| 16:50 | 1,4 | 1,6 | 2,6 | 1,5 | 1,6 | 2,7 | 1,7 | 1,7 | 2,8 | 2,8 | 4,1 | 4,9 | 5,9 | 6,9 | 7,3 | 1,6 | 2,1 | 3,3 | 2 | 1,8 | 2,6 | 2 | 2,6 | 4,1 |
| 16:55 | 1,4 | 1,7 | 2,8 | 1,7 | 1,6 | 2,7 | 1,9 | 1,5 | 3,2 | 3 | 4 | 5,2 | 7,7 | 6,9 | 6,7 | 1,5 | 2,6 | 3,6 | 2 | 2 | 2,7 | 2,1 | 2,2 | 4,3 |

(cont.)

| Dia | 22 | 22 | 22 | 23 | 23 | 23 | 24 | 24 | 24 | 18 | 18 | 18 | 26 | 26 | 26 | 27 | 27 | 27 | 28 | 28 | 28 | 29 | 29 | 29 |
|-------|-----|------|------|-----|------|------|-----|--------|------|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|
| | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI | RTP | SIC | TVI |
| 17:00 | 1,3 | 1,7 | 3,1 | 1,8 | 1,6 | 2,8 | 2 | 1,4 | 3,4 | 3,4 | 4,1 | 5,2 | 8,2 | 6,7 | 7,3 | 1,5 | 2,4 | 3,7 | 1,9 | 2,2 | 2,8 | 2,1 | 2,1 | 4,4 |
| 17:05 | 1,5 | 1,6 | 3,2 | 2,1 | 1,3 | 2,8 | 1,9 | 1,4 | 4,2 | 3,7 | 3,4 | 5,3 | 10,7 | 6,6 | 6,1 | 1,8 | 2,1 | 3,7 | 2,3 | 1,8 | 2,8 | 2,2 | 2,1 | 4,4 |
| 17:10 | 1,8 | 1,7 | 2,9 | 2 | 1,3 | 2,7 | 1,8 | 1,4 | 4,3 | 3,3 | 3,7 | 4,5 | 12,7 | 5,4 | 6,1 | 2 | 2,4 | 3,5 | 2,6 | 1,9 | 2,7 | 2,3 | 2,1 | 4,1 |
| 17:15 | 2 | 1,9 | 2,7 | 1,8 | 1,3 | 2,6 | 2 | 1,6 | 4,1 | 3,4 | 3,7 | 4,5 | 15,5 | 4,4 | 5,9 | 1,9 | 2,5 | 3,5 | 2,3 | 1,9 | 2,5 | 2,2 | 2,3 | 4 |
| 17:20 | 2,1 | 2,2 | 2,7 | 1,9 | 1,6 | 2,5 | 2,2 | 1,6 | 4,2 | 3,3 | 4,1 | 4,5 | 17,4 | 4,1 | 5,5 | 1,7 | 2,4 | 3,5 | 2 | 2,2 | 2,6 | 2,3 | 2,8 | 3,9 |
| 17:25 | 2,2 | 2,3 | 2,9 | 2,1 | 1,6 | 2,5 | 1,8 | 1,8 | 4,1 | 3,2 | 4,3 | 4,7 | 17,9 | 4 | 5,5 | 1,6 | 2,6 | 3,5 | 2,1 | 2,5 | 2,8 | 1,9 | 3 | 3,9 |
| 17:30 | 2,2 | 2,4 | 2,9 | 2,2 | 1,6 | 2,7 | 1,9 | 1,8 | 4,2 | 3,4 | 4,3 | 4,9 | 18,8 | 3,9 | 5,5 | 1,8 | 2,7 | 3,7 | 2 | 2,2 | 3 | 2,1 | 3,1 | 4,4 |
| 17:35 | 2 | 2,6 | 3,2 | 2,2 | 1,6 | 2,9 | 1,9 | 1,9 | 4,5 | 3,6 | 4,6 | 5,1 | 19 | 3,6 | 5,5 | 1,9 | 3 | 4 | 1,9 | 2,3 | 3,1 | 2,2 | 3,4 | 5,2 |
| 17:40 | 2,1 | 2,8 | 3,2 | 2,3 | 1,8 | 3,1 | 1,9 | 2 | 4,8 | 3,5 | 4,6 | 5,4 | 19,2 | 3 | 5,4 | 2,2 | 3,2 | 4 | 1,9 | 2,4 | 3,2 | 2,1 | 3,2 | 5,6 |
| 17:45 | 1,9 | 2,8 | 3,6 | 2,1 | 2,1 | 3,2 | 1,9 | 2,2 | 5 | 3,6 | 4,5 | 5,8 | 20,3 | 3 | 4,9 | 2,2 | 3,3 | 4,2 | 2,2 | 2,6 | 3,3 | 2,1 | 3,3 | 6 |
| 17:50 | 2 | 3,1 | 3,8 | 2 | 2,4 | 3,1 | 1,9 | 2,1 | 5,3 | 3,1 | 4,9 | 5,8 | 20,2 | 3,2 | 5,1 | 2 | 3,2 | 4,5 | 2,6 | 2,8 | 3,5 | 2,4 | 3,6 | 6,1 |
| 17:55 | 2,1 | 3,3 | 3,8 | 2,1 | 2,4 | 3,6 | 1,9 | 2,2 | 5,4 | 3,4 | 4,9 | 5,9 | 20,3 | 3,5 | 5,3 | 2 | 3,2 | 4,5 | 2,7 | 2,8 | 3,7 | 2,5 | 4,2 | 6,2 |
| 18:00 | 2,3 | 3,9 | 3,6 | 2 | 3,3 | 3,3 | 2,2 | 2,7 | 4,7 | 3,9 | 4,6 | 5,3 | 17,9 | 4 | 6,6 | 2,4 | 4,2 | 3,9 | 3 | 3,7 | 3,7 | 3,1 | 5,2 | 5,1 |
| 18:05 | 2,9 | 3,8 | 3,8 | 2,4 | 3,4 | 3,8 | 2,7 | 2,9 | 4,7 | 3,8 | 4,4 | 5 | 14 | 4,5 | 7,8 | 2,8 | 4,3 | 3,7 | 3,3 | 4,2 | 3,7 | 3,8 | 5,1 | 4,8 |
| 18:10 | 3,5 | 3,5 | 4,1 | 3 | 3,1 | 4,3 | 2,3 | 3 | 5,1 | 3,8 | 4,2 | 4,9 | 14,3 | 4,6 | 7,7 | 3 | 4,3 | 3,9 | 3,5 | 4,1 | 4,1 | 4,6 | 4,2 | 4,9 |
| 18:15 | 4 | 3,2 | 4,4 | 3,5 | 2,8 | 4,6 | 2,4 | 3,1 | 5,6 | 3,4 | 4,6 | 5 | 16,2 | 4,1 | 7,3 | 3,5 | 4,1 | 4,3 | 3,4 | 4 | 4,8 | 4,8 | 4,1 | 5,3 |
| 18:20 | 3,6 | 3,3 | 4,9 | 3,3 | 3,2 | 5 | 2,3 | 3,3 | 6,4 | 2,9 | 5 | 5,5 | 18,9 | 3,8 | 6,4 | 4,1 | 4 | 4,7 | 3,7 | 4,1 | 5,4 | 5,2 | 4,7 | 6 |
| 18:25 | 3,5 | 3,5 | 5,2 | 3,3 | 3,4 | 5,4 | 2,6 | 3,3 | 6,8 | 3 | 5,3 | 5,9 | 20,9 | 3,5 | 5,3 | 4,2 | 4,1 | 4,9 | 3,7 | 4,5 | 5,9 | 5,1 | 5,4 | 6,8 |
| 18:30 | 4,1 | 3,9 | 5,4 | 3,5 | 4,1 | 5,8 | 2,8 | 3,4 | 7,3 | 3,5 | 5,5 | 6,1 | 21,4 | 3 | 5,2 | 4,6 | 4,6 | 5 | 4 | 5,3 | 6,1 | 5,3 | 5,9 | 7 |
| 18:35 | 4,6 | 4,5 | 5,6 | 3,9 | 4,6 | 5,9 | 2,9 | 3,7 | 7,4 | 3,8 | 5,6 | 6,5 | 21,7 | 2,9 | 5,4 | 4,9 | 5,4 | 5,3 | 4,3 | 5,2 | 6,5 | 5,6 | 6,4 | 7,5 |
| 18:40 | 5 | 5,2 | 5,6 | 4,2 | 5,2 | 6,3 | 2,9 | 3,9 | 7,8 | 3,8 | 5,8 | 7 | 21,7 | 3,1 | 5,5 | 5,3 | 6,2 | 5,6 | 4,9 | 5,7 | 6,5 | 5,9 | 6,8 | 7,7 |
| 18:45 | 5,4 | 5,6 | 5,9 | 4,9 | 5,5 | 6,6 | 3 | 4 | 8,3 | 3,9 | 6 | 7 | 22,1 | 3,3 | 5,7 | 5,4 | 6,7 | 5,9 | 5 | 6,6 | 6,1 | 6,3 | 7 | 7,5 |
| 18:50 | 5,7 | 6,1 | 5,8 | 5,3 | 5,7 | 6,5 | 3,5 | 5 | 7,3 | 4,5 | 5,7 | 7,3 | 22,6 | 3,2 | 5,8 | 5,9 | 7 | 5,8 | 5,3 | 7,2 | 5,5 | 6,7 | 7,5 | 6,9 |
| 18:55 | 5,4 | 6,9 | 6,1 | 4,8 | 6,5 | 6,8 | 3,4 | 5 | 7,7 | 4,2 | 6,3 | 7,5 | 23,5 | 3,3 | 5,6 | 5,9 | 7,2 | 6,2 | 5,1 | 7,5 | 6,1 | 6,8 | 8,2 | 6,4 |
| 19:00 | 5,1 | 6,6 | 6,7 | 4,8 | 6 | 7,4 | 3,9 | 5,1 | 6,3 | 4,6 | 6 | 7,5 | 24,6 | 2,7 | 5,2 | 4,8 | 7,1 | 6,8 | 5,1 | 7,3 | 6,4 | 6,6 | 7,5 | 6,8 |
| 19:05 | 5,5 | 6,9 | 6,2 | 5,1 | 6,8 | 6,7 | 4,3 | 5,4 | 5,9 | 5,3 | 5,4 | 6,9 | 25,6 | 2,5 | 4,9 | 5,4 | 6,9 | 6,8 | 5,4 | 7,2 | 6,2 | 6,5 | 7,4 | 6,7 |
| 19:10 | 5,9 | 7,7 | 6 | 5,9 | 7,9 | 6,4 | 4,5 | 6,1 | 5,8 | 5,4 | 5,8 | 7 | 22,5 | 3 | 5,8 | 6,1 | 8,6 | 6,6 | 5,8 | 7,9 | 6,2 | 4,1 | 8,1 | 6,9 |
| 19:15 | 6,3 | 8,5 | 6 | 6,3 | 9 | 6,1 | 4,6 | 7,3 | 6,1 | 5,3 | 6,4 | 7,4 | 21 | 3,1 | 6,4 | 6,5 | 9,6 | 6,6 | 6,6 | 8,8 | 6,4 | 7,2 | 9 | 6,8 |
| 19:20 | 6,1 | 9,1 | 6,2 | 6,6 | 9,5 | 6,3 | 5 | 8,2 | 6,2 | 5,3 | 6,5 | 8,3 | 20,8 | 3,3 | 6,3 | 6,8 | 10 | 6,9 | 6,9 | 9,4 | 6,6 | 7,8 | 9,6 | 7 |
| 19:25 | 6,4 | 9,3 | 6,4 | 6,8 | 9,9 | 6,7 | 5,4 | 8,8 | 6,3 | 5,3 | 6,5 | 8,2 | 21 | 3,5 | 6,9 | 6,9 | 10,5 | 6,9 | 7,2 | 9,8 | 6,5 | 8,2 | 10 | 7,1 |
| 19:30 | 6,5 | 9,6 | 6,8 | 6,7 | 10,1 | 7 | 5,6 | 9,1 | 6,4 | 5,5 | 6,6 | 8,4 | 20,3 | 4 | 7,5 | 7 | 10,5 | 7,2 | 7,5 | 10,4 | 7 | 8,6 | 10,5 | 7,4 |
| 19:35 | 6,7 | 9,9 | 7,4 | 6,9 | 10,3 | 7,6 | 5,9 | 9,4 | 6,3 | 5,6 | 6,4 | 8,9 | 17,3 | 4,8 | 8,1 | 7,5 | 10,5 | 7,2 | 7,6 | 10,9 | 7,2 | 8,6 | 10,8 | 7,8 |
| 19:40 | 7,3 | 10 | 7,9 | 7,3 | 10,7 | 7,8 | 6,4 | 9,2 | 6,6 | 5,8 | 6,5 | 9,2 | 11,3 | 5,5 | 10,2 | 7,7 | 10,4 | 7,2 | 7,9 | 11,2 | 7,3 | 9 | 11,3 | 7,9 |
| 19:45 | 7,8 | 10,1 | 8 | 7,4 | 11 | 7,5 | 6,9 | 9,5 | 7,1 | 5,3 | 6,9 | 9,5 | 11,1 | 5,8 | 11,4 | 8,4 | 10,5 | 7,4 | 8,2 | 11,5 | 7,5 | 9,6 | 11,5 | 8,3 |
| 19:50 | 8,7 | 10,6 | 8,3 | 7,4 | 11,2 | 8 | 7,6 | 9,8 | 7,7 | 5 | 7,3 | 10 | 11,6 | 5,7 | 11,3 | 9,1 | 10,7 | 7,5 | 8,7 | 11,6 | 7,8 | 10,3 | 11,9 | 8,5 |
| 19:55 | 9 | 11,1 | 8,2 | 6,8 | 11,7 | 8,8 | 8,2 | 10,4 | 8 | 5,7 | 7,7 | 9,6 | 12 | 6,4 | 10,4 | 9,5 | 11,1 | 8,3 | 9,4 | 11,4 | 8,4 | 10,8 | 12,4 | 8,9 |
| 20:00 | 8,3 | 10,1 | 9,4 | 6,8 | 10,6 | 8,4 | 7,3 | 9,8 | 8,8 | 5,8 | 7,2 | 9,6 | 10,1 | 7,6 | 11,2 | 8,6 | 11,1 | 9,2 | 7,7 | 10,9 | 9,1 | 9 | 12,5 | 9,3 |
| 20:05 | 8,1 | 10,3 | 9,8 | 6,9 | 10,4 | 8,8 | 7,2 | 10,2 | 9,4 | 5,4 | 7,8 | 9,8 | 10,3 | 7,4 | 11,5 | 8,9 | 11,3 | 9,6 | 7,8 | 10,9 | 9,1 | 9,2 | 12,7 | 10 |
| 20:10 | 8,1 | 10,8 | 9,4 | 6,9 | 10,8 | 9,1 | 7,3 | 10,6 | 9,6 | 5,3 | 8,5 | 10,2 | 11,6 | 6,5 | 9,8 | 8,7 | 11,7 | 10,3 | 8,2 | 11,2 | 9,2 | 9,5 | 12,8 | 10,2 |
| 20:15 | 8,3 | 10,9 | 9,8 | 6,8 | 11,3 | 9,3 | 7,1 | 10,1 | 10,3 | 4,4 | 9,7 | 10,8 | 11,3 | 6,8 | 10 | 9 | 11,3 | 10,5 | 8,2 | 11,7 | 9,6 | 9,7 | 12,7 | 10,8 |
| 20:20 | 8,1 | 11,1 | 9,6 | 7,4 | 11,3 | 9,3 | 7,1 | 10,7 | 10,3 | 4,1 | 9,2 | 11,6 | 10,4 | 8,2 | 10,3 | 8,7 | 11,9 | 11,3 | 7,9 | 12,6 | 10,1 | 9,1 | 12,8 | 11,6 |
| 20:25 | 8,7 | 12 | 8,4 | 8,3 | 12,6 | 8,3 | 7,2 | 10,6 | 10,3 | 5,8 | 8,5 | 10,7 | 9,6 | 8,6 | 12,1 | 9,2 | 11,2 | 12,4 | 8,1 | 13,6 | 9,6 | 9,3 | 13,3 | 11 |
| 20:30 | 8,7 | 12,5 | 8,2 | 8,7 | 12,3 | 8,8 | 7,4 | 10,4 | 11 | 6,3 | 9,2 | 10,2 | 9,4 | 8,2 | 13,1 | 10,2 | 10,9 | 10,8 | 8,5 | 14,2 | 9,1 | 9,8 | 13,9 | 10,3 |
| 20:35 | 7,8 | 12,8 | 9,1 | 7,6 | 12,4 | 10,1 | 7 | 11,5 | 10,2 | 6,2 | 10,4 | 10,4 | 9 | 8,7 | 13,5 | 10,3 | 11,8 | 10,2 | 8,3 | 14,7 | 9,6 | 9,7 | 14 | 10,7 |
| 20:40 | 7,3 | 13,5 | 9,5 | 7,2 | 12,9 | 10,8 | 6,7 | 12,3 | 9,7 | 6,2 | 10,7 | 10,7 | 7,4 | 9,7 | 13,6 | 9,5 | 11,8 | 11,1 | 6,7 | 14,6 | 11,4 | 7,6 | 14,9 | 12,9 |
| 20:45 | 7 | 13,3 | 10,3 | 7,8 | 12,5 | 10,9 | 6,8 | 12,2 | 9,4 | 6,5 | 10,8 | 10,8 | 7,9 | 9,9 | 13,5 | 8,2 | 12,5 | 12,3 | 7,1 | 13,9 | 12,5 | 7,9 | 11,8 | 14,7 |
| 20:50 | 7,3 | 10,7 | 12 | 8,3 | 10,9 | 11,4 | 7,7 | 10 | 10,8 | 6,7 | 10,9 | 11,1 | 8,2 | 10,1 | 13,8 | 8,9 | 12,2 | 12,2 | 8,5 | 11,3 | 13,8 | 7,6 | 11,8 | 14,5 |
| 20:55 | 7,3 | 10 | 12,7 | 8,2 | 10,8 | 12 | 7,1 | 9,7 | 11,2 | 6,7 | 11,7 | 11,6 | 8,1 | 10,4 | 14,4 | 9,3 | 12 | 12,7 | 8,4 | 11,9 | 14,1 | 7 | 11,7 | 15,1 |
| 21:00 | 6,6 | 10,5 | 13,3 | 7,8 | 11,8 | 11,8 | 6,3 | 10,5 | 12,7 | 6,2 | 12,1 | 12,3 | 6,9 | 11 | 15 | 8 | 12,4 | 13,6 | 6,7 | 13,1 | 14,3 | 5,4 | 12,8 | 15,4 |
| 21:05 | 5,2 | 11,7 | 13,9 | 6,8 | 12,9 | 11,6 | 6 | 11,2 | 13,1 | 5,6 | 12,1 | 12,7 | 6,9 | 11,5 | 14,7 | 6,3 | 13,3 | 13,7 | 6 | 13,7 | 14,7 | 4,9 | 13,5 | 15,2 |
| 21:10 | 4,9 | 12,5 | 13,7 | 7,2 | 12,3 | 11,5 | 5,9 | 11,3 | 13,6 | 6 | 11,6 | 13,7 | 7,3 | 9,6 | 15,8 | 6,3 | 12,8 | 14,8 | 5,7 | 14,5 | 15,2 | 5,5 | 13,6 | 14,8 |
| 21:15 | 4,5 | 12,9 | 13,8 | 7,6 | 12,6 | 11,5 | 5,3 | 11,7 | 13,8 | 6,9 | 9,8 | 14,4 | 7,8 | 10,1 | 15,2 | 6 | 12,3 | 15,6 | 5,8 | 14,3 | 15,5 | 5,5 | 13,9 | 14,2 |
| 21:20 | 4,6 | 13 | 14,3 | 7,6 | 12,8 | 12,3 | 4,4 | 12,3 | 14,7 | 6,5 | 9 | 14,8 | 8,6 | 11,2 | 14,9 | 5,7 | 12,7 | 15,3 | 5,8 | 13,9 | 16,2 | 5,1 | 13,8 | 14,1 |
| 21:25 | 4,4 | 14 | 14,4 | 7,8 | 13,1 | 11,8 | 4,8 | 12,6 | 14,5 | 6,6 | 9,6 | 13,8 | 7,6 | 13,4 | 15,8 | 5 | 13,6 | 15,6 | 5,8 | 13,5 | 16,6 | 4,7 | 15,1 | 13,8 |
| 21:30 | 4,1 | 14,2 | 14,7 | 8,2 | 13,5 | 11,3 | 5,1 | 12,2 | 14,7 | 6,6 | 9,7 | 14,6 | 4,7 | 14,7 | 18,5 | 3,9 | 14,2 | 16,1 | 4 | 14 | 16,7 | 3,4 | 14,8 | 14,2 |
| 21:35 | 3,5 | 14,4 | 13 | 8,1 | 13,9 | 10,4 | 4,7 | 13 | 14,4 | 7,7 | 7,4 | 14,8 | 4,4 | 15,1 | 19,3 | 4,2 | 15,9 | 14,5 | 3,9 | 15,8 | 14,4 | 3,5 | 15,8 | 13,3 |
| 21:40 | 3,6 | 13,2 | 12,8 | 9 | 12,8 | 10 | 5 | 10,9 | 15,4 | 8,7 | 7,1 | 12,1 | 4,3 | 17,4 | 17,5 | 4,6 | 16,5 | 12,7 | 4 | 14,3 | 16,4 | 3,8 | 15 | 13,7 |
| 21:45 | 3,4 | 12,4 | 13,8 | 9,7 | 12,1 | 10 | 5,9 | 10,5</ | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Dia | 22 | 22 | 22 | 23 | 23 | 23 | 24 | 24 | 24 | 18 | 18 | 18 | 26 | 26 | 26 | 27 | 27 | 27 | 28 | 28 | 28 | 29 | 29 | 29 |
|-------|-----|------|------|-----|------|------|-----|------|------|-----|------|------|-----|------|------|-----|------|------|-----|------|------|-----|------|------|
| | RTP | SIC | TVI |
| 21:50 | 2,7 | 13 | 15,6 | 5,5 | 14,1 | 13,9 | 4,8 | 11,1 | 14,4 | 7,9 | 8,8 | 12,3 | 4,1 | 17,3 | 18,3 | 3,7 | 13,7 | 16,1 | 3,7 | 13,1 | 18,1 | 3,8 | 12,6 | 17,2 |
| 21:55 | 2,2 | 14,6 | 16,6 | 5,5 | 15,1 | 15,2 | 3,8 | 12,4 | 15,3 | 7,7 | 9,1 | 13,4 | 3,3 | 18,4 | 18,7 | 3,3 | 14,3 | 16,8 | 3 | 14,5 | 18,4 | 3,2 | 14 | 17,7 |
| 22:00 | 2,5 | 15,7 | 16,9 | 5,6 | 15,8 | 15,2 | 2,9 | 14 | 16 | 7,6 | 9,5 | 13,9 | 3,5 | 17,9 | 19 | 3,1 | 15,9 | 17 | 3 | 16 | 17,5 | 3,4 | 15,2 | 17,7 |
| 22:05 | 2,5 | 16,3 | 16,5 | 5,5 | 17,2 | 14,9 | 3 | 14,6 | 16,1 | 6,4 | 10 | 14 | 3,6 | 19,4 | 17,9 | 3 | 16,8 | 16,8 | 3,1 | 17 | 16,9 | 3,7 | 15,8 | 17,8 |
| 22:10 | 2,5 | 16,5 | 16,7 | 5,2 | 17,5 | 14,7 | 2,9 | 14,9 | 15,5 | 5,7 | 10,4 | 14,6 | 3,9 | 19,2 | 18 | 3,2 | 17,1 | 16,4 | 3,2 | 17,6 | 16,8 | 3,8 | 16,3 | 17,4 |
| 22:15 | 2,3 | 17 | 16,3 | 5 | 17,9 | 14,9 | 2,6 | 14,7 | 16 | 5,7 | 10,6 | 15,2 | 3,8 | 18,8 | 18,9 | 3 | 17,6 | 16,2 | 3,3 | 17,6 | 16,5 | 3,7 | 16,6 | 17,1 |
| 22:20 | 2,4 | 17,6 | 16,3 | 4,8 | 17,6 | 15,7 | 2,3 | 14,8 | 16,2 | 5 | 11 | 16 | 2,4 | 19,7 | 19,4 | 3 | 17,7 | 16,5 | 3,1 | 17,5 | 16,4 | 3,9 | 16,9 | 17 |
| 22:25 | 2,6 | 17,7 | 16,6 | 4,6 | 18,2 | 15,2 | 2,5 | 15,4 | 15,9 | 4,5 | 12,2 | 14,1 | 2,3 | 21,1 | 18,3 | 3,1 | 18,1 | 16,2 | 3,2 | 17,6 | 16,5 | 3,6 | 17,6 | 16,9 |
| 22:30 | 2,7 | 18,2 | 16,2 | 4,6 | 18,2 | 15,1 | 2,8 | 15,7 | 16,1 | 5,2 | 11,8 | 13,3 | 2 | 20,8 | 18,6 | 3,3 | 18,1 | 15,7 | 3,1 | 17,3 | 16,7 | 3,6 | 17,6 | 16,2 |
| 22:35 | 3,4 | 19,6 | 11 | 4,2 | 18,7 | 13,8 | 2,8 | 16,4 | 14,9 | 5,4 | 9,3 | 14,6 | 2 | 18,3 | 20,2 | 3,3 | 18,3 | 15,4 | 3,2 | 17,6 | 16,7 | 3,9 | 17,5 | 15,5 |
| 22:40 | 3,7 | 15,9 | 11,1 | 3,7 | 19,8 | 10,4 | 3,2 | 17,5 | 10,7 | 4,6 | 8,9 | 14,9 | 2,1 | 18,1 | 18,9 | 3,3 | 18,2 | 12,2 | 2,4 | 19,1 | 14 | 4,7 | 17,9 | 10,7 |
| 22:45 | 2,2 | 13 | 11,6 | 4,5 | 17,9 | 10,4 | 3,4 | 15,5 | 11 | 5,8 | 11,2 | 11,2 | 2 | 18,6 | 18,2 | 2,9 | 12,6 | 11 | 1,8 | 15,2 | 12,5 | 4,5 | 12,5 | 10,8 |
| 22:50 | 1,9 | 12,5 | 12,5 | 5 | 12,5 | 11,2 | 2,9 | 10,9 | 12,4 | 6,2 | 12,1 | 9,9 | 2 | 17,5 | 19 | 3,2 | 11,1 | 10,9 | 1,7 | 11,8 | 12 | 2,4 | 11,7 | 10,7 |
| 22:55 | 1,8 | 12,6 | 13,8 | 3,5 | 11,9 | 12,2 | 2,7 | 10,3 | 13,4 | 6,1 | 11,9 | 10,6 | 1,8 | 17,8 | 18,7 | 3,7 | 10,7 | 10,9 | 1,8 | 11,9 | 11,8 | 2,2 | 10,9 | 11,2 |
| 23:00 | 1,5 | 13,5 | 13,6 | 3 | 12 | 12,8 | 2,5 | 11,2 | 13,5 | 4,5 | 11,2 | 13,1 | 1,8 | 17,9 | 18,6 | 3,6 | 11,5 | 11,6 | 1,6 | 13,4 | 12 | 2,5 | 11 | 12,2 |
| 23:05 | 1,4 | 13,8 | 13,2 | 3,1 | 12,8 | 12,7 | 2,5 | 11,9 | 13,1 | 4,2 | 11 | 13,2 | 1,7 | 17 | 18,3 | 3,5 | 12,1 | 11,3 | 1,4 | 14 | 12,3 | 2,2 | 11,8 | 12,3 |
| 23:10 | 1,3 | 13,9 | 12,8 | 3 | 13,2 | 12,8 | 2,2 | 12 | 13,3 | 5,1 | 8,6 | 13,4 | 1,6 | 17 | 17,5 | 3,5 | 12,4 | 11,4 | 1,5 | 14,2 | 12,4 | 2,1 | 12,2 | 12,3 |
| 23:15 | 1,4 | 13,5 | 12,8 | 2,9 | 13,2 | 12,7 | 1,5 | 12,4 | 13,5 | 5,4 | 6,6 | 13,8 | 1,6 | 17,3 | 16,9 | 3,7 | 12,2 | 11,3 | 1,7 | 14,3 | 12,3 | 2 | 12,5 | 12,3 |
| 23:20 | 1,3 | 13,9 | 12,6 | 2,9 | 13,4 | 12,5 | 1,4 | 12,6 | 13,1 | 5,5 | 6,5 | 13,5 | 1,7 | 16,4 | 18,3 | 3,4 | 11,9 | 11,5 | 1,6 | 14,1 | 12,3 | 1,7 | 12,6 | 12,2 |
| 23:25 | 1,3 | 13,9 | 12,3 | 3 | 12,8 | 12,4 | 1,4 | 12,9 | 13,1 | 5,6 | 6,4 | 12,9 | 1,8 | 15,5 | 18,3 | 3,1 | 12 | 11,6 | 1,6 | 14,5 | 11,9 | 1,8 | 12,5 | 11,8 |
| 23:30 | 1,5 | 13,9 | 12,1 | 1,4 | 13,5 | 12,3 | 1,4 | 13,2 | 13,1 | 3,2 | 5,9 | 13,3 | 2,1 | 12,8 | 19,2 | 3,1 | 12,1 | 11,6 | 1,5 | 14,3 | 11,7 | 1,7 | 12,5 | 11,3 |
| 23:35 | 1,1 | 13,9 | 12,2 | 1,2 | 14,1 | 9,2 | 1,7 | 13 | 13 | 3,1 | 5,1 | 13,2 | 3,2 | 7,8 | 20,3 | 2,9 | 12,1 | 11,4 | 1,1 | 14,3 | 11,4 | 1,5 | 12,6 | 10,9 |
| 23:40 | 1,1 | 12,8 | 8,7 | 1,2 | 14,2 | 7,4 | 1,9 | 13,2 | 11,6 | 2,5 | 5,3 | 13 | 3,2 | 7,2 | 18,4 | 3,4 | 8,8 | 12 | 1,1 | 11,9 | 11 | 1,3 | 12,5 | 8,9 |
| 23:45 | 1,4 | 8,2 | 7,3 | 1,6 | 9,2 | 7,2 | 2,7 | 9,4 | 8,8 | 2,1 | 6,4 | 9,9 | 1,5 | 10,6 | 10,9 | 3,9 | 6,3 | 11,1 | 1,3 | 8,2 | 7,9 | 1,4 | 10,3 | 7,1 |
| 23:50 | 2,1 | 7,7 | 6,8 | 1,6 | 7,1 | 7,6 | 3,7 | 7,6 | 8,2 | 2,2 | 7,2 | 8 | 1,6 | 13 | 9,9 | 2,5 | 6,2 | 7,9 | 1,5 | 7,3 | 7,1 | 2 | 6,5 | 6,5 |
| 23:55 | 1,9 | 7 | 7,8 | 1,6 | 6,9 | 7,6 | 3,6 | 6,9 | 7,8 | 2,1 | 7,6 | 6,7 | 2,4 | 12,7 | 10,1 | 2,2 | 7 | 7 | 1,7 | 7,1 | 6,8 | 1,9 | 6,3 | 6,6 |
| 24:00 | 1,9 | 7,3 | 7,4 | 1,6 | 6,8 | 7,4 | 3,1 | 6,6 | 8,1 | 2,2 | 7,4 | 7,3 | 2,9 | 10 | 12,9 | 2,5 | 7,4 | 6,9 | 1,6 | 7,8 | 6,8 | 1,2 | 6,7 | 6,8 |
| 24:05 | 1,4 | 7,4 | 7,3 | 1,4 | 6,6 | 7,4 | 2,5 | 6,7 | 8,1 | 2,1 | 5,3 | 7,8 | 2,3 | 9,2 | 14,4 | 2,8 | 7,5 | 6,7 | 1,3 | 7,7 | 6,2 | 1,2 | 6,7 | 6,3 |
| 24:10 | 1,5 | 7,3 | 7 | 1,2 | 6,8 | 7,2 | 1,4 | 6,9 | 8,3 | 2,3 | 5,1 | 7,6 | 2,1 | 8,9 | 14,7 | 2,6 | 7,2 | 6,7 | 1,1 | 7,7 | 6,1 | 1,2 | 6,5 | 6,1 |
| 24:15 | 1,4 | 7,3 | 6,8 | 1,3 | 6,7 | 6,9 | 1,3 | 6,6 | 8 | 2,1 | 5,2 | 8,2 | 2,3 | 8,1 | 15,4 | 2,7 | 7 | 6,6 | 1 | 7,6 | 6,1 | 1 | 6,2 | 5,8 |
| 24:20 | 1,3 | 7,1 | 6,8 | 1,2 | 6,7 | 6,8 | 1,3 | 7,1 | 7,8 | 1,8 | 5,3 | 8,4 | 2,4 | 8,5 | 14,8 | 2,9 | 6,7 | 6,3 | 1 | 7,4 | 6,3 | 1 | 6,2 | 5,5 |
| 24:25 | 1,1 | 6,9 | 6,5 | 1,1 | 6,7 | 6,7 | 1,4 | 6,8 | 7,8 | 1,6 | 5,4 | 7,7 | 2,4 | 8 | 15,5 | 2,8 | 6,7 | 6,1 | 1,1 | 7,2 | 6,5 | 0,7 | 6,2 | 5,5 |
| 24:30 | 1 | 6,6 | 6,5 | 1,1 | 6,5 | 6,3 | 1,2 | 6,9 | 7,4 | 1,6 | 5,4 | 7,6 | 2,4 | 7,9 | 14,9 | 2,7 | 6,6 | 5,8 | 1,1 | 7 | 6,4 | 0,7 | 6 | 5,6 |
| 24:35 | 1 | 6,4 | 6 | 1,2 | 6,9 | 3,9 | 1,3 | 6,6 | 7,2 | 1,5 | 5,1 | 7,7 | 2,5 | 8,2 | 13,9 | 2,6 | 6,4 | 5,7 | 1 | 6,6 | 5,6 | 0,7 | 6,1 | 4,9 |
| 24:40 | 0,9 | 6,4 | 5,6 | 0,9 | 6,9 | 3,2 | 1,2 | 6,6 | 6,5 | 1,1 | 5,3 | 7 | 2,6 | 8,9 | 11,4 | 2,5 | 6 | 4,9 | 1,1 | 6,4 | 3,8 | 0,8 | 6,2 | 3,2 |
| 24:45 | 1 | 5,2 | 4 | 1 | 6,2 | 3,1 | 1,3 | 5,4 | 4,6 | 1,3 | 4,8 | 5,6 | 2,1 | 6,6 | 6,3 | 1,4 | 3,5 | 4,2 | 0,7 | 4,7 | 3,6 | 0,8 | 4,7 | 3,1 |
| 24:50 | 0,7 | 3,9 | 3,7 | 1,3 | 3,8 | 4,1 | 1,2 | 4,3 | 4,3 | 1,7 | 2,4 | 5,1 | 1,8 | 3,1 | 5,2 | 1,1 | 2,9 | 3,9 | 0,4 | 3,8 | 3,3 | 0,8 | 3,3 | 3,1 |
| 24:55 | 0,6 | 3,8 | 4 | 1,2 | 3,3 | 4,4 | 1,5 | 4 | 4,1 | 1,2 | 2,1 | 5,1 | 2,1 | 2,8 | 4,2 | 1 | 2,6 | 3,7 | 0,3 | 3,4 | 3,4 | 0,7 | 3,1 | 3,1 |
| 25:00 | 0,7 | 3,6 | 4 | 1,2 | 2,9 | 4,2 | 1,3 | 3,8 | 4,8 | 1,5 | 1,7 | 6,4 | 2,3 | 2,8 | 3,9 | 1 | 2,7 | 3,8 | 0,3 | 3 | 3,7 | 0,7 | 3,3 | 3 |
| 25:05 | 0,7 | 3,4 | 3,8 | 0,9 | 2,9 | 4 | 1,1 | 3,8 | 4,7 | 1,8 | 1,5 | 6,3 | 2,6 | 2,7 | 3,9 | 0,8 | 2,6 | 3,6 | 0,4 | 2,8 | 4,1 | 0,7 | 3,2 | 2,8 |
| 25:10 | 0,6 | 3,2 | 3,6 | 0,7 | 3 | 3,9 | 0,9 | 3,7 | 4,6 | 2 | 1,2 | 5,9 | 2,6 | 2,7 | 2,9 | 0,8 | 2,5 | 3,5 | 0,4 | 2,7 | 4 | 0,7 | 3 | 2,6 |
| 25:15 | 0,5 | 3 | 3,1 | 0,6 | 3 | 3,8 | 0,8 | 3,5 | 4,6 | 2,2 | 1,3 | 5,8 | 2,7 | 2,5 | 2,7 | 0,8 | 2,6 | 3,3 | 0,4 | 2,8 | 3,7 | 0,8 | 2,7 | 2,5 |
| 25:20 | 0,4 | 2,9 | 2,8 | 0,6 | 2,9 | 3,3 | 0,6 | 3,5 | 4,6 | 2 | 1,2 | 5,6 | 2,5 | 2,6 | 2,4 | 0,7 | 2,5 | 2,9 | 0,4 | 2,8 | 3,5 | 0,8 | 2,6 | 2,5 |
| 25:25 | 0,5 | 2,8 | 2,9 | 0,6 | 2,9 | 3,1 | 0,7 | 3,2 | 4,4 | 2 | 1,1 | 5,4 | 2,4 | 2,6 | 2 | 0,7 | 2,4 | 2,8 | 0,4 | 2,8 | 3,5 | 0,7 | 2,7 | 2,4 |
| 25:30 | 0,6 | 2,8 | 2,8 | 0,4 | 2,9 | 3,2 | 0,8 | 3,1 | 4,3 | 1,9 | 1,1 | 5,1 | 2,7 | 1,9 | 2,2 | 0,7 | 2,5 | 2,8 | 0,5 | 2,8 | 3,4 | 0,7 | 2,5 | 2,4 |
| 25:35 | 0,5 | 2,8 | 2,7 | 0,3 | 2,9 | 3 | 0,6 | 3,3 | 4,2 | 1,9 | 0,9 | 4,8 | 2,6 | 1,8 | 2,3 | 0,6 | 2,5 | 2,8 | 0,4 | 2,9 | 3,1 | 0,7 | 2,5 | 2,3 |
| 25:40 | 0,3 | 2,5 | 2,7 | 0,3 | 2,9 | 2,7 | 0,7 | 3 | 3,9 | 2 | 1,1 | 3,6 | 2,5 | 1,7 | 1,9 | 0,5 | 2 | 2,9 | 0,4 | 2,5 | 3,1 | 0,6 | 2,2 | 2,3 |
| 25:45 | 0,3 | 2,3 | 2,3 | 0,5 | 2,1 | 2 | 0,9 | 2,6 | 2,8 | 2 | 1,2 | 3 | 2,5 | 1,5 | 1,6 | 0,4 | 1,8 | 2,9 | 0,5 | 2,2 | 2,8 | 0,5 | 2,1 | 2,1 |
| 25:50 | 0,5 | 2,2 | 1,6 | 0,5 | 1,8 | 1,8 | 0,8 | 2,7 | 2,3 | 1,2 | 0,9 | 3 | 1,6 | 1,3 | 2,1 | 0,5 | 1,7 | 2,2 | 0,8 | 2 | 1,9 | 0,6 | 1,8 | 1,4 |
| 25:55 | 0,5 | 2 | 1,4 | 0,6 | 1,5 | 1,7 | 0,9 | 2,3 | 2 | 1,1 | 0,8 | 3,1 | 1,5 | 1,3 | 2,3 | 0,2 | 1,9 | 1,7 | 0,9 | 1,9 | 1,5 | 0,7 | 1,7 | 1,3 |
| 26:00 | 0,5 | 2 | 1,2 | 0,6 | 1,4 | 1,6 | 1 | 2,1 | 1,9 | 1,2 | 0,8 | 3 | 1,5 | 1,2 | 2 | 0,3 | 1,9 | 1,5 | 0,9 | 2 | 1,4 | 0,9 | 1,7 | 1,2 |
| 26:05 | 0,4 | 2,1 | 1,1 | 0,7 | 1,4 | 1,5 | 0,8 | 2,2 | 1,7 | 1,3 | 0,9 | 3,1 | 1,5 | 1,1 | 1,8 | 0,3 | 1,9 | 1,5 | 0,7 | 2 | 1,4 | 0,6 | 1,7 | 1 |
| 26:10 | 0,4 | 2,2 | 1 | 0,7 | 1,3 | 1,3 | 0,6 | 2,2 | 1,7 | 1,2 | 1 | 2,9 | 1,6 | 1 | 1,8 | 0,3 | 1,8 | 1,4 | 0,8 | 1,9 | 1,2 | 0,6 | 1,7 | 1 |
| 26:15 | 0,4 | 2,2 | 0,9 | 0,6 | 1,3 | 1,2 | 0,8 | 2,3 | 1,6 | 1,1 | 1 | 2,7 | 1,5 | 1 | 1,8 | 0,3 | 1,8 | 1,3 | 0,7 | 1,7 | 1 | 0,6 | 1,7 | 1 |
| 26:20 | 0,3 | 2,3 | 0,9 | 0,5 | 1,2 | 1,2 | 0,8 | 2,3 | 1,6 | 1 | 0,9 | 2,5 | 1,7 | 0,9 | 1,8 | 0,3 | 1,9 | 1,2 | 0,6 | 1,7 | 1,1 | 0,6 | 1,7 | 0,9 |
| 26:25 | 0,2 | 2 | 0,8 | 0,7 | 1,1 | 1,2 | 0,7 | 2,2 | 1,4 | 1 | 0,8 | 2,4 | 1,7 | 0,8 | 1,8 | 0,4 | 2 | 1,1 | 0,5 | 1,9 | 0,9 | 0,6 | 1,7 | 0,8 |

Quadro 8 - Top diário de programas

Data: quarta-feira, maio 22, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal Canal Base: Total Tv

Base de dados: GFK - CAEM

| | Canal | Início | Duração | Programa | Rat% | Shr% |
|----|--------------|----------|----------|--|------|------|
| 1 | SIC | 21:54:41 | 00:45:45 | DANCIN' DAYS | 17,0 | 33,5 |
| 2 | TVI | 21:46:17 | 00:47:44 | BIG BROTHER VIP: DIARIO | 16,3 | 32,3 |
| 3 | SIC | 22:59:09 | 00:43:40 | AVENIDA BRASIL | 13,8 | 32,9 |
| 4 | TVI | 22:49:22 | 00:49:17 | DESTINOS CRUZADOS | 12,8 | 29,8 |
| 5 | SIC | 19:59:39 | 01:30:02 | JORNAL DA NOITE | 12,2 | 26,6 |
| 6 | TVI | 19:59:57 | 01:25:59 | JORNAL DAS 8 | 11,8 | 25,5 |
| 7 | RTP1 | 19:59:53 | 00:55:02 | TELEJORNAL | 7,9 | 17,9 |
| 8 | SIC | 18:27:08 | 01:19:26 | CHEIAS DE CHARME | 7,8 | 24,8 |
| 9 | TVI | 19:29:34 | 00:28:01 | DOIDA POR TI | 7,7 | 21,0 |
| 10 | RTP1 | 19:09:52 | 00:48:32 | O PRECO CERTO | 7,0 | 20,1 |
| 11 | SIC | 23:59:14 | 00:47:52 | PÁGINAS DA VIDA (R) | 6,9 | 27,4 |
| 12 | TVI | 23:54:25 | 00:48:55 | MUNDO AO CONTRARIO | 6,8 | 26,2 |
| 13 | TVI | 12:59:52 | 01:18:27 | JORNAL DA UMA | 6,4 | 28,8 |
| 14 | TVI | 18:15:25 | 00:59:58 | DOCE FUGITIVA (R) | 5,6 | 20,7 |
| 15 | SIC | 12:59:50 | 01:16:04 | PRIMEIRO JORNAL | 5,2 | 23,4 |
| 16 | RTP1 | 12:59:52 | 01:06:11 | JORNAL DA TARDE | 4,9 | 21,8 |
| 17 | RTP1 | 21:02:19 | 00:31:33 | DE CARAS - ALVARO SANTOS PEREIRA | 4,7 | 9,7 |
| 18 | RTP1 | 18:00:01 | 00:48:43 | PORTUGAL EM DIRECTO | 4,3 | 17,6 |
| 19 | TVI | 14:45:59 | 00:58:20 | NINGUEM COMO TU (R) | 4,1 | 25,5 |
| 20 | TVI | 10:10:21 | 02:09:06 | VOCE NA TV! | 4,1 | 34,1 |
| 21 | RTP1 | 14:14:54 | 00:36:52 | WINDECK: O PREÇO DA AMBICAO | 3,4 | 18,6 |
| 22 | RTP1 | 21:34:19 | 00:19:19 | ANTICRISE | 3,4 | 6,9 |
| 23 | TVI | 24:55:50 | 00:52:45 | BIG BROTHER VIP: EXTRA | 3,2 | 21,2 |
| 24 | TVI | 16:00:24 | 01:25:48 | A TARDE E SUA | 3,1 | 19,5 |
| 25 | SIC | 25:00:06 | 00:40:16 | MENTES CRIMINOSAS | 3,1 | 20,1 |
| 26 | RTP1 | 22:02:19 | 00:42:31 | BEM-VINDOS A BEIRAIS | 2,8 | 5,5 |
| 27 | SIC | 14:40:47 | 00:58:21 | VINGANÇA (R) | 2,7 | 16,2 |
| 28 | SIC | 15:54:11 | 01:44:40 | BOA TARDE | 2,3 | 14,0 |
| 29 | RTP1 | 15:04:32 | 00:40:05 | ERAMOS SEIS | 2,2 | 13,7 |
| 30 | SIC | 25:40:50 | 00:37:47 | CSI MIAMI | 2,1 | 24,2 |
| 31 | SIC | 10:13:03 | 02:10:56 | QUERIDA JULIA | 2,1 | 17,3 |
| 32 | RTP2 | 21:09:47 | 00:48:25 | NATIONAL GEOGRAPHIC - ESTRANHOS E BIZARROS | 1,8 | 3,7 |
| 33 | RTP1 | 15:44:37 | 01:52:22 | PORTUGAL NO CORACAO | 1,6 | 10,7 |
| 34 | RTP2 | 20:04:21 | 01:01:15 | ZIG ZAG | 1,6 | 3,6 |
| 35 | RTP1 | 22:53:45 | 00:42:49 | NADA A ESCONDER | 1,4 | 3,3 |
| 36 | RTP1 | 23:48:16 | 01:01:05 | 5 PARA A MEIA-NOITE | 1,4 | 5,3 |
| 37 | RTP1 | 06:29:52 | 03:01:00 | BOM DIA PORTUGAL | 1,3 | 19,8 |
| 38 | RTP1 | 09:58:56 | 02:30:41 | PRACA DA ALEGRIA | 1,3 | 10,8 |
| 39 | SIC | 02:31:29 | 00:48:03 | O ENCANTADOR DE CAES | 1,1 | 19,2 |
| 40 | TVI | 02:30:00 | 00:54:23 | FILME DE TERCA - O TORNEIO | 1,1 | 19,7 |
| 41 | SIC | 08:36:58 | 01:14:00 | A VIDA NAS CARTAS: O DILEMA | 1,1 | 15,3 |
| 42 | TVI | 26:00:13 | 00:26:24 | GUEST LIST | 1,0 | 11,8 |
| 43 | RTP2 | 22:03:40 | 00:14:04 | GERAÇÃO CIENTISTA | 1,0 | 1,9 |
| 44 | TVI | 06:30:02 | 03:04:14 | DIARIO DA MANHA | 1,0 | 14,8 |
| 45 | SIC Noticias | 23:00:27 | 00:46:41 | NEGOCIOS DA SEMANA | 0,9 | 2,2 |
| 46 | SIC Noticias | 22:00:31 | 00:46:34 | EDICAO DA NOITE | 0,9 | 1,7 |
| 47 | RTP2 | 22:23:55 | 01:31:39 | 5 NOITES 5 FILMES - BONSAI | 0,8 | 1,9 |
| 48 | TVI | 03:32:21 | 00:54:30 | DEIXA-ME AMAR (R) | 0,8 | 19,7 |
| 49 | SIC Noticias | 19:00:00 | 00:51:55 | JORNAL DAS 7 | 0,8 | 2,2 |
| 50 | TVI | 04:28:17 | 00:30:02 | SPOT + | 0,7 | 23,2 |

Quadro 9 - Top diário de programas

Data: quinta-feira, maio 23, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal Canal Base: Total Tv

Base de dados: GFK - CAEM

| | Canal | Início | Duração | Programa | Rat% | Shr% |
|----|------------|----------|----------|--|------|------|
| 1 | SIC | 21:56:57 | 00:49:45 | DANCIN' DAYS | 17,7 | 35,8 |
| 2 | TVI | 21:49:31 | 00:48:05 | BIG BROTHER VIP: DIARIO | 15,0 | 30,0 |
| 3 | SIC | 23:01:21 | 00:42:58 | AVENIDA BRASIL | 13,3 | 32,7 |
| 4 | TVI | 22:53:07 | 00:40:30 | DESTINOS CRUZADOS | 12,5 | 29,5 |
| 5 | SIC | 19:59:39 | 01:30:54 | JORNAL DA NOITE | 12,2 | 27,4 |
| 6 | TVI | 19:59:52 | 01:28:31 | JORNAL DAS 8 | 10,7 | 23,9 |
| 7 | SIC | 18:28:29 | 01:17:36 | CHEIAS DE CHARME | 8,2 | 28,0 |
| 8 | RTP1 | 21:05:00 | 00:45:08 | PINTO DA COSTA: A ENTREVISTA | 8,0 | 16,4 |
| 9 | TVI | 19:29:11 | 00:28:12 | DOIDA POR TI | 7,7 | 22,6 |
| 10 | RTP1 | 19:59:54 | 00:54:49 | TELEJORNAL | 7,7 | 18,2 |
| 11 | TVI | 23:51:20 | 00:41:45 | MUNDO AO CONTRARIO | 7,1 | 26,2 |
| 12 | RTP1 | 19:53:28 | 00:05:11 | DIREITO DE ANTENA | 6,8 | 18,8 |
| 13 | RTP1 | 19:06:55 | 00:46:13 | O PRECO CERTO | 6,7 | 21,0 |
| 14 | SIC | 23:59:47 | 00:49:52 | PÁGINAS DA VIDA (R) | 6,7 | 27,0 |
| 15 | TVI | 13:00:09 | 01:18:14 | JORNAL DA UMA | 6,6 | 31,3 |
| 16 | TVI | 18:17:04 | 00:56:52 | DOCE FUGITIVA (R) | 6,1 | 24,6 |
| 17 | RTP1 | 21:50:08 | 00:47:26 | LINHA DA FRENTE - PECADO NA IGREJA | 5,1 | 10,2 |
| 18 | SIC | 12:59:50 | 01:14:41 | PRIMEIRO JORNAL | 4,8 | 23,2 |
| 19 | TVI | 14:46:19 | 00:55:36 | NINGUEM COMO TU (R) | 4,6 | 28,2 |
| 20 | RTP1 | 12:59:52 | 01:06:21 | JORNAL DA TARDE | 4,2 | 19,4 |
| 21 | RTP1 | 18:00:00 | 00:46:56 | PORTUGAL EM DIRECTO | 3,7 | 17,0 |
| 22 | TVI | 10:10:48 | 02:08:11 | VOCE NA TV! | 3,7 | 32,0 |
| 23 | TVI | 24:49:32 | 00:54:53 | BIG BROTHER VIP: EXTRA | 3,6 | 23,7 |
| 24 | RTP1 | 22:37:34 | 00:48:18 | BEM-VINDOS A BEIRAIS | 3,5 | 7,9 |
| 25 | RTP1 | 14:14:58 | 00:44:15 | WINDECK: O PREÇO DA AMBIÇÃO | 3,1 | 17,5 |
| 26 | SIC | 25:02:31 | 00:41:42 | MENTES CRIMINOSAS | 2,9 | 20,4 |
| 27 | TVI | 15:59:41 | 01:27:38 | A TARDE E SUA | 2,9 | 19,5 |
| 28 | SIC | 14:41:02 | 00:58:47 | VINGANÇA (R) | 2,9 | 17,7 |
| 29 | SIC | 10:13:52 | 02:08:20 | QUERIDA JULIA | 2,4 | 20,0 |
| 30 | RTP2 | 21:04:21 | 00:51:36 | NATIONAL GEOGRAPHIC - QUANDO OS ANIMAIS ADOTAM: ESTRANHOS CASAIS DA NATUREZA | 2,0 | 4,1 |
| 31 | RTP1 | 15:11:33 | 00:40:11 | ERAMOS SEIS | 2,0 | 12,8 |
| 32 | SIC | 15:54:20 | 01:46:35 | BOA TARDE | 2,0 | 12,7 |
| 33 | RTP1 | 15:51:44 | 01:45:52 | PORTUGAL NO CORACAO | 1,9 | 13,0 |
| 34 | RTP2 | 19:56:15 | 01:01:26 | ZIG ZAG | 1,5 | 3,7 |
| 35 | RTP1 | 23:39:41 | 00:41:28 | MUSICA MAESTRO | 1,4 | 4,8 |
| 36 | TVI | 25:55:44 | 00:34:16 | AUTORES | 1,4 | 15,9 |
| 37 | RTP1 | 09:58:39 | 02:30:16 | PRACA DA ALEGRIA | 1,3 | 11,6 |
| 38 | SIC | 25:56:30 | 00:32:47 | CARTAZ CULTURAL | 1,3 | 14,9 |
| 39 | SIC | 08:37:59 | 01:11:42 | A VIDA NAS CARTAS: O DILEMA | 1,2 | 16,6 |
| 40 | SIC | 02:33:29 | 00:48:46 | O ENCANTADOR DE CAES | 1,2 | 22,8 |
| 41 | RTP1 | 06:29:53 | 02:59:51 | BOM DIA PORTUGAL | 1,1 | 17,6 |
| 42 | TVI | 06:30:03 | 03:03:24 | DIARIO DA MANHA | 1,1 | 16,8 |
| 43 | RTP1 | 24:30:56 | 01:01:03 | 5 PARA A MEIA-NOITE | 0,9 | 5,2 |
| 44 | SIC Notic | 22:00:09 | 00:47:36 | EDICAO DA NOITE | 0,8 | 1,7 |
| 45 | SIC | 06:59:59 | 01:09:25 | EDICAO DA MANHA | 0,8 | 12,4 |
| 46 | SIC Notic | 23:20:14 | 00:35:43 | QUADRATURA DO CIRCULO | 0,8 | 2,1 |
| 47 | TVI | 02:32:48 | 00:42:19 | EUREKA | 0,8 | 13,3 |
| 48 | SIC Notic | 19:00:00 | 00:53:30 | JORNAL DAS 7 | 0,7 | 2,3 |
| 49 | SIC Notici | 18:40:24 | 00:13:40 | DESPORTO | 0,7 | 2,7 |
| 50 | SIC | 06:00:00 | 00:42:23 | SIC NOTICIAS | 0,6 | 22,8 |

Quadro 10 - Top diário de programas

Data: sexta-feira, maio 24, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal Canal Base: Total Tv

Base de dados: GFK - CAEM

| | Canal | Início | Duração | Programa | Rat% | Shr% |
|----|------------|----------|----------|--|------|------|
| 1 | TVI | 21:47:20 | 00:50:11 | BIG BROTHER VIP: DIARIO | 15,7 | 32,9 |
| 2 | SIC | 21:55:26 | 00:50:58 | DANCIN' DAYS | 15,1 | 31,8 |
| 3 | TVI | 22:53:00 | 00:48:49 | DESTINOS CRUZADOS | 13,2 | 31,0 |
| 4 | SIC | 23:00:36 | 00:44:31 | AVENIDA BRASIL | 12,5 | 29,7 |
| 5 | TVI | 19:59:52 | 01:34:38 | JORNAL DAS 8 | 12,1 | 27,4 |
| 6 | SIC | 19:59:40 | 01:30:39 | JORNAL DA NOITE | 11,3 | 25,7 |
| 7 | SIC | 19:12:52 | 00:45:38 | CHEIAS DE CHARME | 8,9 | 27,4 |
| 8 | TVI | 23:57:23 | 00:45:21 | MUNDO AO CONTRARIO | 7,8 | 26,9 |
| 9 | RTP1 | 19:59:54 | 00:47:17 | TELEJORNAL | 7,2 | 17,5 |
| 10 | TVI | 12:58:28 | 01:20:15 | JORNAL DA UMA | 6,8 | 30,1 |
| 11 | SIC | 23:59:40 | 00:46:31 | PÁGINAS DA VIDA (R) | 6,7 | 23,6 |
| 12 | TVI | 19:14:27 | 00:41:55 | DOCE FUGITIVA (R) | 6,7 | 20,4 |
| 13 | RTP1 | 20:53:49 | 00:24:26 | A SEMANA DE NUNO MORAIS SARMENTO | 6,3 | 13,9 |
| 14 | RTP1 | 19:08:47 | 00:49:38 | O PRECO CERTO | 5,9 | 18,4 |
| 15 | SIC | 12:59:50 | 01:15:36 | PRIMEIRO JORNAL | 5,5 | 24,6 |
| 16 | RTP1 | 21:18:34 | 00:33:31 | SEXTA AS 9 | 5,0 | 10,5 |
| 17 | RTP1 | 12:59:52 | 01:06:40 | JORNAL DA TARDE | 5,0 | 21,4 |
| 18 | TVI | 16:00:32 | 02:12:06 | A TARDE E SUA | 4,9 | 27,2 |
| 19 | TVI | 24:59:37 | 00:45:15 | BIG BROTHER VIP: EXTRA | 4,5 | 25,7 |
| 20 | TVI | 14:46:06 | 00:55:39 | NINGUEM COMO TU (R) | 4,4 | 28,4 |
| 21 | TVI | 10:10:38 | 02:07:23 | VOCE NA TV! | 4,0 | 34,5 |
| 22 | SIC | 25:00:17 | 00:39:10 | MENTES CRIMINOSAS | 3,5 | 19,7 |
| 23 | RTP1 | 14:15:34 | 00:40:54 | WINDECK: O PREÇO DA AMBIÇÃO | 3,1 | 17,8 |
| 24 | RTP1 | 21:59:56 | 00:20:45 | ANTICRISE | 2,8 | 6,0 |
| 25 | RTP1 | 18:00:01 | 00:48:15 | PORTUGAL EM DIRECTO | 2,8 | 12,1 |
| 26 | RTP1 | 22:20:51 | 00:43:00 | BEM-VINDOS A BEIRAIS | 2,7 | 5,9 |
| 27 | RTP1 | 15:08:12 | 00:39:46 | ERAMOS SEIS | 2,5 | 16,9 |
| 28 | RTP1 | 23:25:10 | 00:42:47 | PORTUGUESES PELO MUNDO | 2,5 | 6,6 |
| 29 | SIC | 25:39:58 | 00:34:16 | CSI MIAMI | 2,3 | 20,8 |
| 30 | SIC | 14:26:04 | 03:15:40 | QUERIDA JULIA: SEXTAS MAGICAS | 2,3 | 13,5 |
| 31 | SIC | 10:15:46 | 02:12:14 | QUERIDA JULIA: SEXTAS MAGICAS | 2,0 | 17,0 |
| 32 | RTP1 | 15:47:58 | 01:53:49 | PORTUGAL NO CORACAO | 1,9 | 12,7 |
| 33 | TVI | 26:00:08 | 00:29:52 | FILME DE SEXTA - E SE O AMOR ACONTECE... | 1,7 | 15,8 |
| 34 | RTP1 | 09:59:37 | 02:32:05 | PRACA DA ALEGRIA | 1,6 | 14,1 |
| 35 | RTP2 | 21:06:27 | 00:51:27 | NATIONAL GEOGRAPHIC - O TUMULO PROIBIDO DE GENGHIS KHAN | 1,6 | 3,3 |
| 36 | RTP2 | 19:55:57 | 01:06:27 | ZIG ZAG | 1,4 | 3,3 |
| 37 | RTP1 | 06:29:53 | 03:01:50 | BOM DIA PORTUGAL | 1,3 | 21,4 |
| 38 | RTP1 | 24:18:16 | 01:00:59 | 5 PARA A MEIA-NOITE | 1,2 | 5,2 |
| 39 | SIC | 08:38:03 | 01:12:09 | A VIDA NAS CARTAS: O DILEMA | 1,0 | 15,6 |
| 40 | TVI | 02:30:00 | 00:14:14 | AUTORES | 1,0 | 16,2 |
| 41 | TVI | 06:30:02 | 03:01:43 | DIARIO DA MANHA | 1,0 | 16,0 |
| 42 | SIC Notici | 22:00:04 | 00:48:18 | EDICAO DA NOITE | 1,0 | 2,0 |
| 43 | SIC | 02:40:45 | 00:48:29 | O ENCANTADOR DE CAES | 0,9 | 17,7 |
| 44 | RTP2 | 22:17:36 | 01:38:42 | 5 NOITES 5 FILMES - NEW YORK, I LOVE YOU | 0,9 | 2,0 |
| 45 | SIC Notici | 24:00:00 | 00:48:38 | JORNAL DA MEIA-NOITE | 0,8 | 3,0 |
| 46 | RTP1 | 25:27:26 | 00:40:24 | NIKITA | 0,8 | 6,0 |
| 47 | SIC Notici | 23:00:39 | 00:46:55 | EXPRESSO DA MEIA NOITE | 0,8 | 1,8 |
| 48 | RTP1 | 26:07:50 | 00:22:10 | ALCATRAZ | 0,7 | 6,9 |
| 49 | RTP2 | 23:59:55 | 01:00:44 | 24 HORAS | 0,7 | 2,5 |
| 50 | TVI | 02:50:02 | 00:42:02 | EUREKA | 0,7 | 12,9 |

Quadro 11 - Top diário de programas

Data: sábado, maio 18, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal Canal Base: Total Tv

Base de dados: GFK - CAEM

| | Canal | Início | Duração | Programa | Rat% | Shr% |
|----|------------|----------|----------|--|------|------|
| 1 | TVI | 21:51:21 | 00:35:45 | BIG BROTHER VIP: DIARIO | 14,4 | 30,8 |
| 2 | TVI | 22:27:41 | 01:04:19 | DESTINOS CRUZADOS | 13,4 | 31,2 |
| 3 | TVI | 19:59:51 | 01:28:53 | JORNAL DAS 8 | 12,1 | 27,1 |
| 4 | SIC | 21:48:14 | 01:12:07 | GOSTO DISTO! | 10,7 | 23,3 |
| 5 | SIC | 19:59:40 | 01:28:00 | JORNAL DA NOITE | 10,0 | 22,5 |
| 6 | TVI | 12:59:52 | 00:38:08 | JORNAL DA UMA | 9,2 | 27,6 |
| 7 | SIC | 12:59:52 | 00:47:53 | PRIMEIRO JORNAL | 7,7 | 23,1 |
| 8 | TVI | 18:16:24 | 01:26:49 | NAO HA BELA SEM JOAO | 7,6 | 22,7 |
| 9 | SIC | 14:00:08 | 00:36:24 | ALTA DEFINIÇÃO | 7,4 | 23,8 |
| 10 | TVI | 12:16:06 | 00:43:27 | INSPECTOR MAX (R) | 7,1 | 27,6 |
| 11 | TVI | 13:51:58 | 01:24:08 | MATINE SABADO I - BEETHOVEN 5 | 6,9 | 23,0 |
| 12 | SIC | 23:12:30 | 00:40:13 | PAGINAS DA VIDA (R) | 6,8 | 17,9 |
| 13 | TVI | 23:59:54 | 01:25:30 | BIG BROTHER VIP: FIM DE SEMANA | 6,7 | 27,4 |
| 14 | RTP1 | 12:59:52 | 01:02:51 | JORNAL DA TARDE | 6,4 | 19,2 |
| 15 | SIC | 18:15:08 | 01:29:06 | SESSAO HOLLYWOOD - HISTORIAS PARA ADORMECER | 6,1 | 18,2 |
| 16 | RTP1 | 19:59:53 | 03:19:55 | FESTIVAL EUROVISAO DA CANÇÃO 2013 - FINAL | 6,1 | 13,5 |
| 17 | SIC | 14:36:55 | 00:32:15 | E-ESPECIAL | 5,5 | 19,5 |
| 18 | RTP1 | 18:59:53 | 00:51:01 | TELEJORNAL | 5,4 | 15,2 |
| 19 | SIC | 24:04:30 | 00:43:38 | O CONTRA-ATAQUE | 5,3 | 18,7 |
| 20 | TVI | 15:46:20 | 01:44:53 | MATINE SABADO II - TERAPIA PARA CASAIS | 5,0 | 19,2 |
| 21 | SIC | 12:15:28 | 00:43:33 | O NOSSO MUNDO - A PROCURA DO TIGRE DA SIBERIA | 4,5 | 17,5 |
| 22 | SIC | 15:40:19 | 01:51:01 | FILME DE SABADO TARDE I - SECRETARIAT: UMA HISTORIA IMPOSSIVEL | 4,5 | 17,1 |
| 23 | TVI | 11:13:11 | 00:42:14 | INSPECTOR MAX (R) | 4,3 | 22,1 |
| 24 | RTP1 | 14:10:50 | 04:14:47 | AQUI PORTUGAL | 3,5 | 12,4 |
| 25 | SIC | 11:01:33 | 00:44:11 | REX, O CAO POLICIA | 3,2 | 17,1 |
| 26 | TVI | 10:05:47 | 00:50:36 | INSPECTOR MAX (R) | 3,1 | 18,2 |
| 27 | RTP1 | 12:09:51 | 00:49:06 | BBC TERRA - APRESENTO-VOS AS PREGUIÇAS | 3,1 | 12,1 |
| 28 | TVI | 25:56:34 | 00:33:26 | FILME DE SABADO - QUE SORTE A MINHA | 2,8 | 23,1 |
| 29 | SIC | 09:37:58 | 01:12:37 | OS PROTEGIDOS | 2,6 | 16,1 |
| 30 | RTP1 | 23:30:29 | 00:59:43 | HERMAN 2013 | 2,2 | 6,7 |
| 31 | RTP1 | 07:59:52 | 02:42:05 | BOM DIA PORTUGAL | 1,9 | 16,4 |
| 32 | RTP1 | 11:17:28 | 00:44:05 | VIAGEM AO CENTRO DA MINHA TERRA | 1,9 | 9,8 |
| 33 | RTP2 | 20:05:00 | 01:05:06 | ZIG ZAG | 1,6 | 3,7 |
| 34 | RTP1 | 24:39:03 | 01:34:41 | SESSAO DA NOITE - O GUARDA-COSTAS | 1,6 | 9,1 |
| 35 | RTP1 | 10:56:12 | 00:13:56 | CUIDADO COM A LINGUA! (R) | 1,5 | 8,4 |
| 36 | SIC | 08:23:20 | 01:04:57 | DISNEY KIDS | 1,4 | 14,3 |
| 37 | SIC | 24:59:48 | 00:49:11 | EUROPEAN POKER TOUR | 1,2 | 6,6 |
| 38 | TVI | 02:30:00 | 00:50:23 | FILME DE SEXTA - O AMOR NUNCA FALHA | 1,2 | 17,4 |
| 39 | SIC Notici | 24:00:09 | 00:52:42 | O EIXO DO MAL | 1,2 | 4,1 |
| 40 | TVI | 08:05:17 | 01:34:22 | KID KANAL | 1,1 | 10,7 |
| 41 | SIC | 26:03:50 | 00:26:10 | FILME DE SABADO I - O HOSPEDE SUSPEITO | 0,9 | 7,9 |
| 42 | RTP2 | 23:16:35 | 00:42:57 | NO LIMITE | 0,9 | 2,3 |
| 43 | SIC | 02:45:26 | 00:23:22 | VOLANTE | 0,9 | 12,4 |
| 44 | RTP2 | 23:59:55 | 01:00:28 | 24 HORAS | 0,8 | 2,9 |
| 45 | SIC Notici | 22:00:00 | 00:50:16 | JORNAL DE SABADO | 0,8 | 1,7 |
| 46 | SIC Notici | 14:00:00 | 00:28:57 | JORNAL DAS 2 | 0,8 | 2,5 |
| 47 | SIC Notici | 17:00:00 | 00:29:32 | JORNAL DE SINTESE DAS 17:00 | 0,7 | 2,7 |
| 48 | SIC Notici | 12:00:00 | 00:50:05 | JORNAL DAS 12 | 0,7 | 2,9 |
| 49 | SIC Notici | 11:39:36 | 00:17:00 | CONTRAPODER (COMPACTO) | 0,7 | 3,5 |
| 50 | RTP2 | 21:15:04 | 00:45:41 | BAIRRO ALTO - PATRICIA REIS | 0,6 | 1,4 |

Quadro 12 - Top diário de programas

Data: domingo, maio 26, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal Canal Base: Total Tv

Base de dados: GFK - CAEM

| | Canal | Início | Duração | Programa | Rat% | Shr% |
|----|--------------|----------|----------|--|------|------|
| 1 | RTP1 | 17:03:41 | 01:58:13 | FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL: BENFICA X V. GUIMARAES | 19,5 | 49,8 |
| 2 | RTP1 | 19:13:06 | 00:38:45 | TAÇA DE PORTUGAL: A FESTA | 17,4 | 40,4 |
| 3 | TVI | 21:17:23 | 03:12:07 | BIG BROTHER VIP | 17,3 | 35,8 |
| 4 | SIC | 21:22:19 | 03:11:46 | SPLASH!! CELEBRIDADES | 14,9 | 31,3 |
| 5 | TVI | 19:59:53 | 01:05:18 | JORNAL DAS 8 | 13,5 | 27,9 |
| 6 | RTP1 | 19:59:54 | 00:54:27 | TELEJORNAL | 9,7 | 20,6 |
| 7 | SIC | 19:59:38 | 01:00:42 | JORNAL DA NOITE | 9,2 | 19,3 |
| 8 | SIC | 14:00:56 | 00:32:22 | FAMA SHOW | 8,6 | 25,5 |
| 9 | SIC | 12:59:50 | 00:50:39 | PRIMEIRO JORNAL | 8,2 | 24,4 |
| 10 | RTP1 | 20:58:59 | 00:30:07 | A OPINIAO DE JOSE SOCRATES | 7,6 | 14,8 |
| 11 | TVI | 12:59:53 | 00:51:46 | JORNAL DA UMA | 7,3 | 21,8 |
| 12 | TVI | 14:00:05 | 04:44:23 | SOMOS PORTUGAL: FESTA DA CORTIÇA - CORUCHE | 7,2 | 20,3 |
| 13 | SIC | 15:26:45 | 00:38:44 | OS ANJOS DE CHARLIE | 7,0 | 23,4 |
| 14 | RTP1 | 12:59:52 | 01:01:33 | JORNAL DA TARDE | 6,9 | 20,6 |
| 15 | SIC | 14:33:52 | 00:39:42 | OS ANJOS DE CHARLIE | 6,8 | 21,9 |
| 16 | SIC | 12:13:48 | 00:45:13 | VIDA SELVAGEM - GENIOS DA NATUREZA | 6,7 | 23,1 |
| 17 | SIC | 16:19:28 | 00:39:44 | INVESTIGAÇÃO CRIMINAL: LOS ANGELES | 6,6 | 20,6 |
| 18 | RTP1 | 15:45:02 | 01:01:42 | TAÇA DE PORTUGAL: A FESTA | 5,3 | 17,3 |
| 19 | TVI | 11:07:37 | 01:18:46 | EUCARISTIA DOMINICAL | 5,2 | 21,6 |
| 20 | TVI | 12:26:23 | 00:23:52 | 8º DIA | 4,9 | 17,0 |
| 21 | SIC | 11:02:50 | 00:44:17 | REX, O CAO POLICIA | 4,6 | 20,2 |
| 22 | RTP1 | 14:10:52 | 01:14:50 | TAÇA DE PORTUGAL: A PROVA RAINHA | 4,5 | 14,5 |
| 23 | RTP1 | 11:30:31 | 01:18:26 | TAÇA DE PORTUGAL: A PROVA RAINHA | 4,3 | 16,2 |
| 24 | RTP1 | 21:29:26 | 00:45:56 | DEPOIS DO ADEUS | 4,1 | 7,6 |
| 25 | SIC | 17:13:12 | 02:08:44 | ENTRADA LIVRE - MELHOR E IMPOSSIVEL | 4,1 | 10,0 |
| 26 | TVI | 24:59:41 | 00:10:18 | BIG BROTHER VIP: LIGAÇÃO EM DIRETO | 3,9 | 19,9 |
| 27 | SIC | 09:31:26 | 01:19:20 | OS PROTEGIDOS | 3,6 | 21,9 |
| 28 | RTP1 | 09:59:59 | 01:16:23 | ATLETISMO - CORRIDA DA MULHER | 2,7 | 14,5 |
| 29 | TVI | 25:10:12 | 00:17:03 | AS MELHORES MAOS DE POKER | 2,6 | 15,3 |
| 30 | TVI | 10:33:40 | 00:26:48 | A VERDADE DE CADA UM | 2,5 | 13,6 |
| 31 | RTP1 | 22:31:15 | 02:05:12 | LOTACAO ESGOTADA - A ILHA | 2,2 | 4,9 |
| 32 | RTP1 | 24:54:13 | 01:28:03 | ULTIMA SESSAO - DURO DE MATAR | 2,1 | 15,4 |
| 33 | TVI | 09:46:13 | 00:37:46 | PORTAL DO TEMPO | 2,1 | 13,2 |
| 34 | TVI | 25:27:25 | 00:51:15 | FILME DE DOMINGO - INFILTRADO | 2,0 | 17,9 |
| 35 | SIC | 25:01:00 | 01:15:11 | FILME DE DOMINGO I - BRUNO | 1,8 | 13,5 |
| 36 | TVI | 02:30:00 | 01:02:05 | FILME DE SABADO - JACKASS - O FILME | 1,8 | 24,6 |
| 37 | RTP1 | 09:00:01 | 00:56:49 | EUCARISTIA DOMINICAL | 1,5 | 13,2 |
| 38 | SIC Noticias | 19:08:46 | 02:52:44 | ESPECIAL DESPORTO - FINAL DA TAÇA PORTUGAL: BENFICA X GUIMARAES | 1,4 | 3,0 |
| 39 | SIC | 08:16:28 | 01:05:00 | DISNEY KIDS | 1,4 | 16,0 |
| 40 | SIC | 02:30:00 | 00:55:59 | FILME DE SABADO I - ALVO LETAL | 1,4 | 18,7 |
| 41 | RTP1 | 07:59:53 | 00:52:56 | BOM DIA PORTUGAL | 1,3 | 19,8 |
| 42 | SIC Noticias | 22:30:14 | 01:18:39 | TEMPO EXTRA | 1,3 | 2,5 |
| 43 | TVI | 03:40:13 | 00:40:36 | HEROES (R) | 1,2 | 26,0 |
| 44 | RTP2 | 20:22:55 | 00:38:15 | ZIG ZAG | 1,0 | 2,1 |
| 45 | TVI | 07:55:54 | 01:34:16 | KID KANAL | 1,0 | 11,4 |
| 46 | RTP2 | 17:04:07 | 02:24:26 | FILME - PAPILLON | 0,9 | 2,3 |
| 47 | RTP2 | 21:06:25 | 00:52:22 | DOCS - O SEGREDO DAS SETE IRMAS: A VERGONHOSA HISTORIA DO PETROLEO | 0,9 | 1,7 |
| 48 | RTP2 | 23:28:44 | 00:30:54 | ONDA CURTA | 0,8 | 1,9 |
| 49 | TVI | 04:22:40 | 00:22:27 | DEIXA-ME AMAR (R) | 0,8 | 21,4 |
| 50 | RTP2 | 20:05:23 | 00:14:30 | A ESTRELA LA DE CASA | 0,7 | 1,7 |

Quadro 13 - Top diário de programas

Data: segunda-feira, maio 27, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal Canal Base: Total Tv

Base de dados: GFK - CAEM

| | Canal | Início | Duração | Programa | Rat% | Shr% |
|----|------------|----------|----------|---|------|------|
| 1 | SIC | 21:55:32 | 00:47:37 | DANCIN' DAYS | 17,2 | 33,3 |
| 2 | TVI | 21:40:04 | 01:00:58 | BIG BROTHER VIP: DIARIO | 15,9 | 30,7 |
| 3 | TVI | 19:59:57 | 01:25:16 | JORNAL DAS 8 | 12,9 | 26,6 |
| 4 | SIC | 19:59:39 | 01:36:39 | JORNAL DA NOITE | 12,6 | 26,0 |
| 5 | SIC | 22:57:28 | 00:43:06 | AVENIDA BRASIL | 12,0 | 28,7 |
| 6 | TVI | 22:56:08 | 00:50:56 | DESTINOS CRUZADOS | 11,5 | 28,0 |
| 7 | RTP1 | 19:59:56 | 00:55:16 | TELEJORNAL | 9,2 | 19,8 |
| 8 | SIC | 18:27:59 | 01:19:35 | CHEIAS DE CHARME | 8,6 | 25,6 |
| 9 | RTP1 | 19:09:03 | 00:49:23 | O PRECO CERTO | 7,5 | 20,0 |
| 10 | TVI | 12:59:54 | 01:18:40 | JORNAL DA UMA | 7,2 | 32,0 |
| 11 | TVI | 18:51:02 | 00:54:54 | DOCE FUGITIVA (R) | 6,9 | 19,2 |
| 12 | SIC | 23:55:04 | 00:49:11 | PAGINAS DA VIDA (R) | 6,9 | 25,9 |
| 13 | TVI | 23:59:53 | 00:42:12 | MUNDO AO CONTRARIO | 6,3 | 24,1 |
| 14 | RTP1 | 21:01:48 | 00:27:55 | TERMOMETRO POLITICO | 6,0 | 11,9 |
| 15 | TVI | 18:15:36 | 00:35:11 | DOIDA POR TI | 5,1 | 20,2 |
| 16 | SIC | 12:59:50 | 01:17:56 | PRIMEIRO JORNAL | 5,0 | 22,4 |
| 17 | TVI | 10:06:50 | 02:11:16 | VOCE NA TV! | 5,0 | 39,4 |
| 18 | TVI | 14:45:09 | 01:01:20 | NINGUEM COMO TU (R) | 4,8 | 28,7 |
| 19 | RTP1 | 12:59:52 | 01:05:59 | JORNAL DA TARDE | 4,8 | 20,6 |
| 20 | RTP1 | 18:00:00 | 00:50:43 | PORTUGAL EM DIRECTO | 4,3 | 17,4 |
| 21 | RTP1 | 21:30:11 | 00:22:10 | ANTICRISE | 4,2 | 8,3 |
| 22 | TVI | 15:59:42 | 01:34:21 | A TARDE E SUA | 3,7 | 22,1 |
| 23 | TVI | 24:55:58 | 00:55:17 | BIG BROTHER VIP: EXTRA | 3,1 | 23,6 |
| 24 | RTP1 | 22:00:33 | 00:41:45 | BEM-VINDOS A BEIRAIS | 3,1 | 6,1 |
| 25 | RTP1 | 22:50:16 | 01:43:08 | PROS E CONTRAS - A COADOÇÃO | 3,1 | 8,9 |
| 26 | RTP1 | 14:14:16 | 00:38:04 | WINDECK: O PREÇO DA AMBIÇÃO | 3,0 | 16,6 |
| 27 | SIC | 14:40:14 | 00:59:20 | VINGANÇA (R) | 2,9 | 16,9 |
| 28 | SIC | 15:52:46 | 01:50:03 | BOA TARDE | 2,7 | 15,6 |
| 29 | SIC | 24:58:55 | 00:39:56 | MENTES CRIMINOSAS | 2,5 | 18,3 |
| 30 | SIC Notici | 22:00:34 | 01:38:03 | O DIA SEGUINTE | 2,3 | 5,2 |
| 31 | SIC | 10:15:22 | 02:09:11 | QUERIDA JULIA | 2,2 | 16,4 |
| 32 | RTP2 | 20:37:44 | 00:49:23 | DOCS - APRESENTO-VOS AS PREGUIÇAS | 2,1 | 4,3 |
| 33 | RTP1 | 15:05:57 | 00:39:41 | ERAMOS SEIS | 2,1 | 12,8 |
| 34 | SIC | 25:39:19 | 00:39:32 | CSI MIAMI | 1,9 | 23,0 |
| 35 | RTP1 | 15:45:38 | 01:54:15 | PORTUGAL NO CORACAO | 1,8 | 11,0 |
| 36 | TVI | 02:30:00 | 01:06:55 | FILME DE DOMINGO - INFILTRADO | 1,5 | 25,7 |
| 37 | RTP1 | 02:30:00 | 00:05:26 | ULTIMA SESSAO - DURO DE MATAR | 1,5 | 18,2 |
| 38 | RTP1 | 09:59:37 | 02:34:20 | PRACA DA ALEGRIA | 1,3 | 10,5 |
| 39 | TVI | 25:59:56 | 00:30:04 | EUREKA | 1,3 | 17,5 |
| 40 | RTP2 | 19:52:17 | 00:40:32 | ZIG ZAG | 1,3 | 2,9 |
| 41 | RTP1 | 06:29:53 | 02:59:43 | BOM DIA PORTUGAL | 1,3 | 20,5 |
| 42 | SIC | 08:43:21 | 01:07:05 | A VIDA NAS CARTAS: O DILEMA | 1,3 | 17,8 |
| 43 | TVI | 06:30:02 | 03:06:09 | DIARIO DA MANHA | 1,2 | 18,1 |
| 44 | TVI | 03:44:56 | 00:38:59 | HEROES (R) | 1,0 | 25,9 |
| 45 | SIC Notici | 18:28:43 | 00:22:35 | DESPORTO | 0,9 | 3,3 |
| 46 | SIC Notici | 19:00:00 | 00:48:00 | JORNAL DAS 7 | 0,9 | 2,5 |
| 47 | SIC | 07:00:00 | 01:06:39 | EDICAO DA MANHA | 0,9 | 13,7 |
| 48 | RTP1 | 24:53:49 | 01:00:57 | 5 PARA A MEIA-NOITE | 0,7 | 5,4 |
| 49 | RTP2 | 21:41:34 | 02:05:32 | 5 NOITES 5 FILMES - AS PONTES DE MADISON COUNTY | 0,7 | 1,6 |
| 50 | SIC Notici | 21:00:00 | 00:27:52 | JORNAL DAS 9 | 0,7 | 1,4 |

Quadro 14 - Top diário de programas

Data: terça-feira, maio 28, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal Canal Base: Total Tv

Base de dados: GFK - CAEM

| | Canal | Início | Duração | Programa | Rat% | Shr% |
|----|------------|----------|----------|--|------|------|
| 1 | SIC | 21:57:57 | 00:47:03 | DANCIN' DAYS | 17,4 | 33,4 |
| 2 | TVI | 21:35:50 | 01:05:54 | BIG BROTHER VIP: NOMEAÇÕES | 16,8 | 32,1 |
| 3 | SIC | 22:56:48 | 00:45:12 | AVENIDA BRASIL | 14,0 | 32,5 |
| 4 | SIC | 19:59:39 | 01:35:03 | JORNAL DA NOITE | 13,4 | 27,4 |
| 5 | TVI | 19:59:41 | 01:25:04 | JORNAL DAS 8 | 12,8 | 26,1 |
| 6 | TVI | 22:56:28 | 00:46:01 | DESTINOS CRUZADOS | 12,0 | 27,8 |
| 7 | SIC | 18:25:04 | 01:19:40 | CHEIAS DE CHARME | 8,5 | 25,3 |
| 8 | RTP1 | 19:59:54 | 00:54:10 | TELEJORNAL | 8,0 | 17,2 |
| 9 | RTP1 | 19:08:35 | 00:50:00 | O PRECO CERTO | 7,5 | 20,0 |
| 10 | SIC | 23:56:37 | 00:49:01 | PAGINAS DA VIDA (R) | 7,2 | 27,7 |
| 11 | TVI | 12:59:54 | 01:20:47 | JORNAL DA UMA | 7,0 | 29,2 |
| 12 | TVI | 18:48:29 | 00:56:12 | DOCE FUGITIVA (R) | 6,8 | 19,0 |
| 13 | TVI | 23:59:27 | 00:38:05 | MUNDO AO CONTRARIO | 6,3 | 23,8 |
| 14 | RTP1 | 21:00:47 | 00:29:13 | O NOSSO TEMPO | 5,9 | 11,4 |
| 15 | TVI | 18:13:13 | 00:35:01 | DOIDA POR TI | 5,8 | 22,0 |
| 16 | SIC | 12:59:50 | 01:15:03 | PRIMEIRO JORNAL | 5,7 | 23,9 |
| 17 | RTP1 | 12:59:52 | 01:05:40 | JORNAL DA TARDE | 5,4 | 21,7 |
| 18 | TVI | 14:45:16 | 00:59:24 | NINGUEM COMO TU (R) | 4,8 | 27,3 |
| 19 | TVI | 10:08:37 | 02:10:09 | VOCE NA TV! | 4,4 | 31,3 |
| 20 | RTP1 | 18:00:00 | 00:49:37 | PORTUGAL EM DIRECTO | 4,2 | 15,9 |
| 21 | RTP1 | 21:30:34 | 00:21:12 | ANTICRISE | 4,1 | 7,8 |
| 22 | TVI | 24:54:52 | 00:54:44 | BIG BROTHER VIP: EXTRA | 3,5 | 24,3 |
| 23 | RTP1 | 14:14:36 | 00:38:44 | WINDECK: O PREÇO DA AMBIÇÃO | 3,1 | 16,5 |
| 24 | RTP1 | 21:59:17 | 00:43:55 | BEM-VINDOS A BEIRAIS | 3,1 | 6,0 |
| 25 | TVI | 15:59:10 | 01:30:46 | A TARDE E SUA | 3,1 | 18,0 |
| 26 | SIC | 25:01:06 | 00:41:12 | MENTES CRIMINOSAS | 2,8 | 19,4 |
| 27 | SIC | 14:40:33 | 00:59:23 | VINGANÇA (R) | 2,7 | 15,6 |
| 28 | SIC | 10:15:06 | 02:08:54 | QUERIDA JULIA | 2,3 | 16,2 |
| 29 | SIC | 15:54:55 | 01:47:20 | BOA TARDE | 2,3 | 13,2 |
| 30 | RTP2 | 21:01:29 | 00:52:37 | DOCS - PREDADOR PERFEITO | 2,3 | 4,3 |
| 31 | RTP1 | 15:45:53 | 01:51:03 | PORTUGAL NO CORACAO | 2,2 | 12,9 |
| 32 | RTP1 | 15:06:31 | 00:39:22 | ERAMOS SEIS | 2,2 | 12,6 |
| 33 | SIC | 25:42:46 | 00:35:38 | CSI MIAMI | 1,9 | 21,8 |
| 34 | RTP1 | 09:59:59 | 02:31:06 | PRACA DA ALEGRIA | 1,8 | 12,9 |
| 35 | RTP1 | 22:52:44 | 00:41:29 | ESTA E A MINHA FAMILIA | 1,6 | 3,7 |
| 36 | RTP1 | 06:29:53 | 02:59:03 | BOM DIA PORTUGAL | 1,3 | 20,4 |
| 37 | RTP2 | 22:25:02 | 01:29:03 | 5 NOITES 5 FILMES - UM CASAMENTO QUASE PERFEITO | 1,3 | 3,0 |
| 38 | RTP2 | 19:50:19 | 01:05:17 | ZIG ZAG | 1,3 | 2,8 |
| 39 | SIC | 08:37:41 | 01:16:30 | A VIDA NAS CARTAS: O DILEMA | 1,3 | 17,4 |
| 40 | RTP1 | 23:46:07 | 01:00:02 | 5 PARA A MEIA-NOITE | 1,2 | 4,5 |
| 41 | TVI | 25:59:31 | 00:30:29 | FILME DE TERCA - O CAO QUE SALVOU AS FERIAS DE NATAL | 1,2 | 14,1 |
| 42 | SIC Notici | 23:00:23 | 00:50:52 | ESPECIAL DESPORTO - MOMENTO ACTUAL DO BENFICA | 1,2 | 2,8 |
| 43 | TVI | 02:30:00 | 00:11:58 | EUREKA | 1,1 | 18,2 |
| 44 | TVI | 06:30:02 | 03:01:46 | DIARIO DA MANHA | 1,1 | 17,3 |
| 45 | SIC Notici | 22:00:05 | 00:48:08 | EDICAO DA NOITE | 1,0 | 2,0 |
| 46 | SIC | 02:36:55 | 00:49:00 | O ENCANTADOR DE CAES | 1,0 | 18,2 |
| 47 | SIC Notici | 19:00:00 | 00:51:16 | JORNAL DAS 7 | 0,9 | 2,6 |
| 48 | SIC Notici | 24:00:00 | 01:02:44 | JORNAL DA MEIA-NOITE | 0,9 | 3,7 |
| 49 | TVI | 02:48:44 | 00:42:01 | EUREKA | 0,8 | 16,3 |
| 50 | SIC | 06:59:59 | 01:06:09 | EDICAO DA MANHA | 0,8 | 12,2 |

Quadro 15 - Top diário de programas

Data: quarta-feira, maio 29, 2013

Alvo: Universo Região: Portugal Canal Base: Total Tv

Base de dados: GFK - CAEM

| | Canal | Início | Duração | Programa | Rat% | Shr% |
|----|--------------|----------|----------|---------------------------------|------|------|
| 1 | TVI | 21:38:56 | 01:00:01 | BIG BROTHER VIP: DIARIO | 16,7 | 32,0 |
| 2 | SIC | 21:54:55 | 00:48:19 | DANCIN' DAYS | 16,4 | 31,7 |
| 3 | SIC | 19:59:39 | 01:31:58 | JORNAL DA NOITE | 13,7 | 27,1 |
| 4 | TVI | 19:59:48 | 01:27:19 | JORNAL DAS 8 | 13,1 | 25,9 |
| 5 | SIC | 23:01:44 | 00:45:14 | AVENIDA BRASIL | 12,3 | 30,4 |
| 6 | TVI | 22:56:08 | 00:44:40 | DESTINOS CRUZADOS | 11,8 | 28,6 |
| 7 | SIC | 18:25:19 | 01:18:59 | CHEIAS DE CHARME | 8,9 | 24,0 |
| 8 | RTP1 | 19:59:54 | 00:55:33 | TELEJORNAL | 8,8 | 18,0 |
| 9 | RTP1 | 19:09:35 | 00:49:00 | O PRECO CERTO | 8,4 | 20,3 |
| 10 | TVI | 18:52:51 | 00:50:23 | DOCE FUGITIVA (R) | 7,5 | 18,6 |
| 11 | TVI | 12:59:53 | 01:16:36 | JORNAL DA UMA | 7,2 | 29,9 |
| 12 | TVI | 18:15:01 | 00:37:40 | DOIDA POR TI | 6,9 | 22,7 |
| 13 | SIC | 23:58:22 | 00:48:34 | PÁGINAS DA VIDA (R) | 6,3 | 26,2 |
| 14 | TVI | 23:57:12 | 00:40:14 | MUNDO AO CONTRARIO | 5,9 | 23,8 |
| 15 | SIC | 12:59:50 | 01:14:44 | PRIMEIRO JORNAL | 5,6 | 23,6 |
| 16 | RTP1 | 18:00:01 | 00:48:20 | PORTUGAL EM DIRECTO | 5,3 | 18,1 |
| 17 | TVI | 14:45:18 | 00:59:31 | NINGUEM COMO TU (R) | 5,1 | 27,6 |
| 18 | RTP1 | 21:01:08 | 00:30:05 | DE CARAS - REYNALDO GIANECCHINI | 5,1 | 9,7 |
| 19 | TVI | 10:09:24 | 02:05:05 | VOCE NA TV! | 4,7 | 33,7 |
| 20 | RTP1 | 12:59:52 | 01:06:07 | JORNAL DA TARDE | 4,6 | 18,7 |
| 21 | TVI | 15:59:52 | 01:27:37 | A TARDE E SUA | 4,6 | 23,0 |
| 22 | RTP1 | 22:02:08 | 00:46:48 | BEM-VINDOS A BEIRAIS | 3,9 | 7,6 |
| 23 | RTP1 | 21:31:45 | 00:21:00 | ANTICRISE | 3,7 | 7,2 |
| 24 | RTP1 | 14:14:46 | 00:41:17 | WINDECK: O PREÇO DA AMBIÇÃO | 3,3 | 16,3 |
| 25 | SIC | 14:40:47 | 00:59:07 | VINGANÇA (R) | 3,1 | 16,6 |
| 26 | SIC | 15:55:19 | 01:41:37 | BOA TARDE | 3,1 | 15,2 |
| 27 | SIC | 25:01:14 | 00:38:51 | MENTES CRIMINOSAS | 2,8 | 20,3 |
| 28 | TVI | 24:54:32 | 00:55:38 | BIG BROTHER VIP: EXTRA | 2,5 | 18,6 |
| 29 | RTP2 | 20:43:32 | 00:52:19 | DOCS - BEBES MILAGROSOS | 2,3 | 4,5 |
| 30 | RTP1 | 15:10:03 | 00:40:55 | ERAMOS SEIS | 2,3 | 12,6 |
| 31 | SIC | 10:15:32 | 02:09:04 | QUERIDA JULIA | 2,2 | 15,6 |
| 32 | RTP1 | 22:57:43 | 00:41:54 | NADA A ESCONDER | 2,0 | 4,7 |
| 33 | RTP1 | 15:50:58 | 01:44:55 | PORTUGAL NO CORACAO | 2,0 | 10,1 |
| 34 | SIC | 25:40:35 | 00:34:42 | CSI MIAMI | 1,8 | 20,0 |
| 35 | RTP1 | 10:00:04 | 02:24:37 | PRACA DA ALEGRIA | 1,8 | 13,0 |
| 36 | RTP2 | 19:57:06 | 00:41:54 | ZIG ZAG | 1,7 | 3,4 |
| 37 | RTP2 | 21:41:23 | 02:09:05 | 5 NOITES 5 FILMES - TIN CUP | 1,4 | 3,1 |
| 38 | RTP1 | 06:29:53 | 03:00:14 | BOM DIA PORTUGAL | 1,4 | 20,6 |
| 39 | SIC | 02:41:29 | 00:48:54 | O ENCANTADOR DE CAES | 1,2 | 24,8 |
| 40 | SIC | 08:40:33 | 01:10:34 | A VIDA NAS CARTAS: O DILEMA | 1,1 | 14,8 |
| 41 | RTP1 | 23:50:19 | 01:00:26 | 5 PARA A MEIA-NOITE | 1,1 | 4,5 |
| 42 | TVI | 06:30:02 | 02:57:07 | DIARIO DA MANHA | 1,0 | 16,0 |
| 43 | TVI | 25:59:17 | 00:25:03 | GUEST LIST | 1,0 | 12,0 |
| 44 | SIC Noticias | 19:00:00 | 00:52:03 | JORNAL DAS 7 | 1,0 | 2,5 |
| 45 | SIC | 06:59:59 | 01:06:30 | EDICAO DA MANHA | 1,0 | 14,6 |
| 46 | SIC Noticias | 22:00:00 | 00:47:24 | EDICAO DA NOITE | 0,9 | 1,8 |
| 47 | SIC Noticias | 24:00:00 | 01:03:07 | JORNAL DA MEIA-NOITE | 0,9 | 4,0 |
| 48 | SIC Noticias | 12:00:07 | 00:35:37 | JORNAL DAS 12 | 0,9 | 4,6 |
| 49 | SIC Noticias | 18:36:47 | 00:14:53 | DESPORTO | 0,9 | 2,7 |
| 50 | SIC Noticias | 23:00:20 | 00:49:00 | NEGOCIOS DA SEMANA | 0,7 | 1,8 |

Índice de Gráficos e Quadros

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Quadro comparativo do número total de notícias por Géneros jornalísticos televisivos e por canal na amostra..... | 63 |
| Figura 2 - Percentagem de tempo médio diário ocupado por cada Género jornalístico televisivo no “Telejornal” – RTP | 64 |
| Figura 3 - Percentagem de tempo médio diário ocupado por cada Género jornalístico Televisivo no “Jornal da Noite” – SIC | 64 |
| Figura 4 - Percentagem de tempo médio diário ocupado por cada Género jornalístico televisivo no “Jornal das 8” - TVI | 65 |
| Figura 5 A - Número de peças classificadas quanto à duração em minutos por canal 3 classes: 1) menos de 1:30 ; 2) entre 1:30 e 2:30 ; 3) maior do que 2:30 | 66 |
| Figura 5 B - Percentagem de peças classificadas quanto à duração em minutos por canal 3 classes: 1) menos de 1:30 ; 2) entre 1:30 e 2:30 ; 3) maior do que 2:30 | 66 |
| Figura 6 - Duração média das peças nos Jornais Televisivos (por Canal)..... | 66 |
| Figura 7 - Total do número de peças da amostra por Canal | 67 |
| Figura 8 - Duração diária do “ Telejornal ” (RTP) no período da amostra | 68 |
| Figura 9 - Duração diária do “ Jornal da Noite ” (SIC) no período da amostra..... | 69 |
| Figura 10 - Duração diária do “ Jornal das 8 ” (TVI) no período da amostra..... | 70 |
| Figura 11 - Gráfico comparativo da duração dos 3 Jornais Televisivos no período da amostra | 71 |
| Figura 12 - Rating dos Jornais Televisivos dos 3 canais no período da amostra | 72 |
| Figura 13 - Share dos Jornais Televisivos dos 3 canais no período da amostra | 72 |
| Figura 14 - Duração média diária por Categoria temática no “Telejornal” (RTP) | 74 |
| Figura 15 - Duração média diária dos Subtemas da Categoria Sociedade no “Telejornal” | 74 |
| Figura 16 - Percentagem das Categorias temáticas jornalísticas no “Telejornal” | 75 |
| Figura 17 - Duração média diária por Categoria temática jornalística no “Jornal da Noite” – SIC | 76 |
| Figura 18 - Percentagem das Categorias temáticas jornalísticas no “Jornal da Noite” | 76 |
| Figura 19 - Duração média diária dos Subtemas da Categoria Sociedade no “Jornal da Noite” – SIC | 77 |
| Figura 20 - Duração média diária por Categoria temática jornalística no “Jornal das 8” ... | 77 |
| Figura 21 - Percentagem das Categorias temáticas jornalísticas no “Jornal das 8” | 78 |

| | |
|--|----|
| Figura 22 - Duração média diária dos Subtemas da Categoria Sociedade no “Jornal das 8” - TVI | 78 |
| Figura 23 - Percentagem dos subtemas mais representados nos Jornais Televisivos da RTP, SIC e TVI, no período da amostra..... | 79 |
| Figura 24 - Percentagem do tempo ocupado pelos " atores " e pela produção jornalística em cada Jornal Televisivo | 81 |
| Figura 25 - Gráfico com a percentagem de tempo dos diversos " Atores " intervenientes no “Telejornal” – RTP | 82 |
| Figura 26 - Gráfico com a percentagem de tempo dos diversos " Atores " intervenientes no “Jornal da Noite” – SIC | 83 |
| Figura 27 - Gráfico com a percentagem de tempo dos diversos " Atores " intervenientes no “Jornal das 8” – TVI | 84 |
| Figura 28 - Quadro comparativo do tempo médio diário ocupado pela coligação (PSD e CDS) e oposição (PS, PCP, BE e PEV) nos Jornais Televisivos | 85 |
| Figura 29 - Distribuição em percentagem média diária ocupada por " atores " da coligação (PSD e CDS) por Jornal Televisivo..... | 86 |
| Figura 30 - Distribuição em percentagem média diária ocupada por " atores " da oposição (PS, PCP, BE e PEV) por Jornal Televisivo | 87 |
| Figura 31 - Percentagem média diária ocupada por " atores " de cada clube (SLB, FCP e SCP) nos Jornais Televisivos | 88 |
| Figura 32 - Homogeneidade entre Jornais Televisivos. Percentagem de notícias comuns aos 3 canais | 89 |
| Figura 33 - Percentagem de notícias quanto à sua localização geográfica , valor médio no “Telejornal” - RTP | 89 |
| Figura 34 - Percentagem de notícias quanto à sua localização geográfica , valor médio no “Jornal da Noite” – SIC | 90 |
| Figura 35 - Percentagem de notícias quanto à sua localização geográfica , valor médio no “Jornal das 8” na TVI | 91 |
| Figura 36 - Gráfico comparativo das percentagens de cada canal em relação à localização geográfica das notícias | 91 |
| Figura 37 - Gráfico comparativo da percentagem de notícias onde é abordado o tema " Crise " em cada Jornal Televisivo diário (RTP, SIC e TVI)..... | 92 |
| Figura 38 - Duração média do intervalo nos Jornais Televisivos | 94 |
| Figura 39 - Localização do intervalo no alinhamento do Jornal Televisivo na amostra | 95 |

| | |
|---|-----|
| Figura 40 - <i>Rating</i> do “Telejornal”, quarta 29 Maio de 2013 (localização do intervalo) | 96 |
| Figura 41 - <i>Rating</i> do “Jornal da Noite”, qua 29 Maio de 2013 (localização do intervalo) .. | 96 |
| Figura 42 - <i>Rating</i> do “Jornal das 8”, quarta 29 Maio de 2013 (localização do intervalo) ... | 97 |
| Figura 43 - <i>Rating</i> do “Jornal das 8”, domingo 26 Maio de 2013 (localização intervalo) | 98 |
| Figura 44 - <i>Rating</i> do “Jornal da Noite”, dom 26 Maio de 2013 (localização intervalo) | 98 |
| Figura 45 - <i>Share</i> dos Jornais Televisivos na amostra..... | 103 |
| Quadro 1 - Top dos 40 programas mais vistos no 1º semestre de 2013 | 104 |
| Quadro 2 - Tabela de dados (“atores” e Géneros Jornalísticos) “Telejornal” - RTP 22 e 23 de maio de 2013..... | 105 |
| Quadro 3 - Tabela de dados (Categorias temáticas e Localização) “Telejornal” – RTP 22 e 23 de maio de 2013 | 106 |
| Quadro 4 - Tabela de dados (Peças /crise, Genéricos, Intervalo) “Telejornal” – RTP 22 e 23 de maio de 2013 | 106 |
| Quadro 5 - Análise de bandas horárias – <i>Rating</i> e <i>Share</i> . 22 de maio de 2013 (quarta) dos 3 canais no horário dos Jornais Televisivos (minuto a minuto) | 107 |
| Quadro 6 - Análise de bandas horárias - <i>Rating</i> e <i>Share</i> . 26 de maio de 2013 (domingo) dos 3 canais no horário dos Jornais Televisivos (minuto a minuto) | 109 |
| Figura 46 - Curva de <i>rating</i> dos 3 canais dia 22 de maio 2013 (quarta)..... | 111 |
| Figura 47 - Curva de <i>rating</i> dos 3 canais dia 23 de maio 2013 (quinta)..... | 111 |
| Figura 48 - Curva de <i>rating</i> dos 3 canais dia 24 de maio 2013 (sexta) | 111 |
| Figura 49 - Curva de <i>rating</i> dos 3 canais dia 18 de maio 2013 (sábado) | 112 |
| Figura 50 - Curva de <i>rating</i> dos 3 canais dia 26 de maio 2013 (domingo) | 112 |
| Figura 51 - Curva de <i>rating</i> dos 3 canais dia 27 de maio 2013 (segunda) | 112 |
| Figura 52 - Curva de <i>rating</i> dos 3 canais dia 28 de maio 2013 (terça) | 113 |
| Figura 53 - Curva de <i>rating</i> dos 3 canais dia 29 de maio 2013 (quarta) | 113 |
| Quadro 7 - Curva de <i>rating</i> do dia completo (2.30 às 26.30) no período da amostra | 114 |
| Quadro 8 - Top diário de programas - dia 22 de maio 2013 (quarta) | 119 |
| Quadro 9 - Top diário de programas - dia 23 de maio 2013 (quinta) | 120 |
| Quadro 10 - Top diário de programas - dia 24 de maio 2013 (sexta) | 121 |
| Quadro 11 - Top diário de programas - dia 18 de maio 2013 (sábado) | 122 |
| Quadro 12 - Top diário de programas - dia 26 de maio 2013 (domingo) | 123 |
| Quadro 13 - Top diário de programas - dia 27 de maio 2013 (segunda) | 124 |
| Quadro 14 - Top diário de programas - dia 28 de maio 2013 (terça) | 125 |
| Quadro 15 - Top diário de programas - dia 29 de maio 2013 (quarta) | 126 |

Bibliografia

- BORGES, Gabriela e Reia-Batista, Vítor (orgs.) (2008), *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte.
- BOURDIEU, Pierre (1997), *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta Editora.
- BRANDÃO, Nuno Goulart (2005), *PRIME TIME – Do que falam as notícias dos Telejornais*. Cruz Quebrada: Casa das Letras.
- BRANDÃO, Nuno Goulart (2010), *As Notícias nos Telejornais*. Lisboa: Guerra e Paz.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1996), *O fenómeno televisivo*. Braga: Companhia Editora do Minho.
- CARDOSO, Carla Rodrigues (2012), *Seduzir ou informar?* Coimbra: Minerva.
- CAREY, John e Elton, Martin C.J. (2010), *When Media Are New: Understanding the Dynamics of New Media Adoption and Use*, Series: New Media World, Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, DOI: <http://dx.doi.org/10.3998/nmw.8859947.0001.001>
- CÉBRIAN, Juan Luis (1998), *Cartas a um Jovem Jornalista*, Lisboa: Editorial Bizâncio, Lisboa
- CUNHA, Isabel Ferin (2012), *Análise dos Media*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- DAYAN, Daniel e Katz, Elihu (1999), *A história em directo - Os acontecimentos mediáticos na televisão*. Coimbra: Minerva.
- FERNANDES, Ana Paula (2001), *Televisão do público*. Coimbra: Minerva
- FERNANDES, António Teixeira (1999), *Sistema Político e Comunicação social*; I congresso de comunicação social. <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/8829/2/1466.pdf>, <http://hdl.handle.net/10216/8829>
- FERNANDES, José Manuel (2011), *Liberdade e Informação*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- GILLMOR, Dan (2005), *Nós, os Media*. Lisboa: Editorial Presença.
- GODINHO, Jacinto (2011), *As Origens da Reportagem – Televisão, Media e Jornalismo*. Lisboa: Livros Horizonte.
- GOMES, Adelino (2012), *Nos bastidores dos telejornais, RTP1, SIC e TVI*. Lisboa: Tinta-da-China
- HARTLEY, John (2004), *The ‘value chain of meaning’ and the new economy*, INTERNATIONAL journal of CULTURAL studies, Volume 7(1): 129–141. Londres: SAGE Publications.
- HENRIQUES, Artur Franco (2007), *Comunicar com audiências, Segredos de especialistas? 2ª Edição*. Lisboa: Editorial Presença.
- JESPERS, Jean-Jacques (1998), *Jornalismo Televisivo*. Coimbra: Minerva.
- LOPES, Felisbela (1999), *O telejornal e o serviço público*. Coimbra: Minerva.

- LOPES, Felisbela (2008), *A TV do real – a televisão e o espaço público*. Coimbra: Minerva.
- LOPES, Felisbela *et al* (2009), *Comunicação e Sociedade 15*; Braga: CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- LOPES, Felisbela (2012), *Vinte Anos de Televisão Privada em Portugal*. Lisboa: Guerra e Paz.
- MINC, Alain (1994), *O Choque dos Media*, Lisboa: Quetzal Editores
- MONDZAIN, Marie-José (2009), *A imagem pode matar?* Lisboa: Vega.
- POPPER, Karl e Condry, Jonh (2007), *Televisão: um perigo para a democracia*. Lisboa: Gradiva.
- SANTOS, João de Almeida (2012), *Media e Poder*. Lisboa: Vega.
- SARTORI, Giovanni (2000), *Homo Videns*. Televisão e pós-pensamento. Lisboa: Terramar.
- SENA, Mouzinho de (2011), *A televisão por dentro e por fora*. Coimbra: Minerva.
- SHOEMAKER, Pamela J. e Reese, Stephen D. (1996), *Mediating the message: Theories of Influences on Mass Media Content*; 2ª edição. USA: Longman Publishers, White Plains
- SILVEIRA, Joel Frederico da; Cardoso, Gustavo e Belo, António (2010), *Telejornais no Início do Século XXI*. Lisboa: Edições Colibri / Instituto Politécnico de Lisboa.
- SILVEIRA, Joel Frederico da e Shoemaker, Pamela (2010), *Telejornais em Exame*. Lisboa: Edições Colibri / Instituto Politécnico de Lisboa.
- SOUSA, Jorge Pedro (2000), *As Notícias e os seus efeitos*, Coleção Comunicação, Coimbra: Editora Minerva
- SUBTIL, Filipa (2006), *Compreender os Media - As Extensões de Marshall McLuhan*; 1ª edição. Coimbra: Minerva.
- TRAQUINA, Nelson (1993), *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa: Vega.
- TRAQUINA, Nelson (1997), *Big Show Media. Viagem pelo mundo do audiovisual português*, Lisboa: Notícias Editorial.
- TRAQUINA, Nelson (2002), *O Que é o Jornalismo*, Editor Quimera, Lisboa
- TORRES, Eduardo Cintra (2011), *A televisão e o serviço público*. Lisboa: Relógio d’Água Editores.
- WOLF, Mauro (2006), *Teorias da Comunicação*; 10ª edição. Lisboa: Editorial Presença.
- ZENGOTITA, Thomas de (2006), *Mediatizados, Como os Media Moldam o Nosso Mundo e o Modo como Vivemos*. Lisboa: Editorial Bizâncio