

Novos rumos no audiovisual português: o reflexo do *Big Brother* na informação televisiva

Felisbela Lopes*

Índice

1	‘Big Brother’: um programa que mapeou o horário nobre televisivo	3
2	Os contras, os prós e a tentativa de regulamentação da nova oferta televisiva	13
2.1	As críticas	13
2.2	Os discursos legitimadores	16
2.3	As deliberações da entidade reguladora dos <i>media</i>	20
3	Uma nova era para o audiovisual: a ‘pós-neotelevisão’	23
4	Algumas notas sobre as mudanças e os desafios do jornalismo televisivo	28
5	Cronologias	31
6	Bibliografia	33

Lopes, F. (2007) “Novos rumos no audiovisual português: o reflexo do *Big Brother* na informação televisiva”. Capítulo do livro (Pinto, M. e Sousa, H) (ed). *Casos em que o jornalismo foi notícia*. Ed. Campo das Letras.

*Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, Portugal. [felisbela@ics.uminho.pt]

Resumo

Quando surgiu nos ecrãs da TVI em Setembro de 2000, o *Big Brother* foi apresentado como uma das principais apostas de um canal que inaugurava uma filosofia de programação de raiz popular, procurando atrair o interesse do público através de programas que avançavam em direcção ao domínio privado. Num primeiro tempo, a SIC não atribuiu particular atenção a este novo filão de programação, mas cedo recuou, procurando, de várias formas, clonar as “novelas da vida real” do canal quatro. O trabalho que apresentamos tem como referência cronológica Setembro de 2000 e Dezembro de 2003 e procura traçar a evolução que este tipo de programas teve nos canais generalistas portugueses, nomeadamente nos canais privados, bem como reflectir alguns argumentos daqueles que censuraram ou defenderam essa oferta televisiva. Complementaremos esses dados com algumas investigações académicas sobre o significado da programação após o aparecimento dessas “novelas da vida real” e, na parte final, equacionaremos o impacto que essas mudanças tiveram na informação televisiva.

Palavras-chave: Big Brother, entretenimento, informação, canais generalistas.

Em Setembro de 2000, a TVI renovou a sua oferta televisiva introduzindo um formato que iria revolucionar a grelha: o ‘Big Brother’. Apesar de inicialmente ter resistido a esse produto da Endemol, a SIC haveria de adoptar o mesmo tipo de programação. Potenciando a publicitação da vida privada, estas ‘novelas da vida real’ não ficaram circunscritas às fronteiras que as respectivas emissões lhes reservaram. Em pouco tempo, serviram de tema de conversa aos *talk shows* dos respectivos canais e, no caso da TVI, deram o mote a várias peças dos alinhamentos dos noticiários. Na imprensa, ao longo desse tempo, foi aberto um amplo debate sobre os novos rumos que o audiovisual estava a tomar. Se da parte daqueles que eram exteriores ao campo da TV os argumentos se concentraram na defesa de que estávamos perante produtos televisivos que ultrapassavam todos os limites daquilo que era permitido mostrar em público e de que era impensável haver nos noticiários peças sobre essas (e outras) novelas; do lado dos canais de televisão, vários

responsáveis tomaram a defesa dessas opções editoriais, justificando-as com a adesão do público. Entre uns e outros, a Alta Autoridade para a Comunicação Social foi aprovando deliberações que (quase) nunca tiveram uma concretização efectiva ou, então, foi adiando decisões que, quando concretizadas, não já podiam ter efeitos significativos.

Neste capítulo, cuja referência cronológica se situa entre Setembro de 2000 e Dezembro de 2003, faremos um sucinto percurso pela programação televisiva pós ‘Big Brother’ (ponto 1); apontaremos alguns argumentos daqueles que criticaram ou legitimaram essa oferta televisiva, nomeadamente aquela que era apresentada em horário nobre nos canais privados (ponto 2); apresentaremos algumas investigações académicas sobre o significado da programação após o aparecimento das ‘novelas da vida real’ (ponto 3); e equacionaremos o impacto que essas mudanças tiveram, e ainda podem ter, na informação televisiva (ponto 4).

1 ‘Big Brother’: um programa que mapeou o horário nobre televisivo

Apostando numa nova filosofia de programação, a TVI introduziu, em Setembro de 2000, várias alterações de forma e de conteúdo na sua grelha. A principal foi o ‘Big Brother’, um formato da Endemol¹ que o canal quatro adoptou para sustentar uma grelha que também fez emergir um novo noticiário diário, com uma política editorial mais centrada em assuntos da vida quotidiana e no cidadão anónimo como fonte de uma informação estruturada predominantemente pelo registo emotivo. Essa oferta televisiva teve uma ampla aceitação por parte das audiências, abrindo uma crise na SIC que tentou, sem sucesso, uma programação concorrencial com a TVI, imitando-a nas novelas da vida real e na ficção nacional. Uma consequência deste novo desenho da programação foi o apagamento da informação semanal e uma progressiva contaminação da informação pelo entretenimento. É desse novo dese-

¹ A Endemol é uma produtora holandesa detentora dos direitos de formatos que vieram a revelar-se um êxito televisivo. Depois dos *reality shows*, a aposta da empresa concentrou-se nas ‘novelas da vida real’, nomeadamente no formato ‘Big Brother’ que foi vendido para vários países.

nho do horário nobre, e das polémicas que certas emissões provocaram, que damos conta neste ponto.

A 4 de Setembro de 2000, a TVI colocou no ar uma oferta televisiva completamente diferente, não sem antes ter posto na rua uma agressiva campanha publicitária que anunciava um novo canal. A aposta na renovação fez-se a todos níveis: grafismo, cores, logótipos, cenários, programas de entretenimento e de informação. Nesse dia, em entrevista ao jornal 'Público', o director da TVI, José Eduardo Moniz, assegurou: 'toda a programação está a ser preparada para que os programas se apoiem uns aos outros'. A âncora da nova grelha era um formato da Endemol com provas dadas noutros países: o 'Big Brother', rejeitado pela SIC e que a TVI utilizou para enfrentar a concorrência. Poucos meses mais tarde, Moniz haveria de falar desse programa como 'um produto que funciona como locomotiva de atracção dos espectadores'².

A SIC reagiu a este novo impulso do canal quatro com uma programação concorrencial. À estreia de 'Dinheiro à Vista', respondeu com 'A Febre do Dinheiro'; à informação renovada da TVI fez anteceder, logo a 3 de Setembro, uma série de reportagens sobre a saúde com o título 'Isto é um Escândalo' que fez prolongar pelo 'Jornal da Noite' do dia 4. Na restante franja do horário nobre, a estação de Carnaxide continuou a apostar nas novelas da Globo que lhe garantiam o que pareciam ser índices de audiências inabaláveis. Por parte da RTP, não se notaram grandes mudanças na programação. Ao nível da informação, talvez a alteração mais visível tenha acontecido a 16 de Outubro de 2000, quando o canal generalista público reformulou o cenário e o grafismo dos respectivos noticiários.

A profunda remodelação feita na TVI não teve reflexos imediatos nos índices de audiências, em grande medida porque, em período nocturno, a SIC contra-atacava o produto-chave do canal quatro com o enredo brasileiro 'Laços de Família'. No entanto, em pouco tempo, a TVI conquistou a visibilidade desejada. Isso aconteceu a partir de 18 de Outubro de 2000, quando um concorrente do 'Big Brother' deu um pontapé a uma colega. O regulamento do formato impunha a sua expulsão, mas a sua saída da Casa da Venda do Pinheiro foi largamente publicitada pela TVI. No dia seguinte, para além de o assunto ter sido destacado nas emissões diárias do 'Big Brother', o 'TVI Jornal' colocou este 'in-

² 'Expresso', 20 de Janeiro de 2001.

cidente' no topo do alinhamento, dando-lhe amplo destaque. O mesmo se passou à noite, no 'Jornal Nacional', que, para além de ter convidado o concorrente expulso para uma entrevista em estúdio, falou do tema em 16 peças, que preencheram 37% do tempo total do noticiário, enquanto, por exemplo, a política ocupou 23% do tempo (Martins: 2004). Isto no dia em que Jorge Sampaio anunciou a sua recandidatura a Belém. Esta opção editorial – que suscitou, como veremos mais à frente, bastante polémica – foi bem sucedida em termos de audiências. Nesse dia, às 13 horas, o 'TVI Jornal' assumiu, pela primeira vez, a liderança da sua franja horária³. Às 19h40, o 'Big Brother Extra' ajudou o 'Jornal Nacional' a capitalizar mais telespectadores, subindo dos 21,9% de *share* registados no dia anterior para 54,9%. O pico de audiências da TVI, ao longo do dia, situou-se precisamente no noticiário da noite: a entrevista de Manuela Moura Guedes ao ex-concorrente Marco recolheu 66,5% do *share* televisivo⁴. Nos dias seguintes, as audiências da TVI baixaram ligeiramente, mas na semana subsequente voltou a verificar-se outra subida assinalável. A 23 de Outubro, a produção do 'Big Brother' integrou dois novos concorrentes, facto exaustivamente anunciado em antena e tratado no 'Jornal Nacional' cujo *share* nessa noite subiu aos 45,4%. Este cruzamento da 'novela da vida real' com a informação viria a ser retomado com frequência, encontrando grande receptividade nas audiências. Margarida Martins (2003) diz, a este propósito, que 'a grelha se alimenta a si mesma, multiplicando o interesse pela programação, e esta alimenta a informação'. Na verdade, a subida do *share* registada no 'Big Brother' e no 'Jornal Nacional' teve um efeito de arrastamento para outros programas, nomeadamente para a telenovela portuguesa, no ar desde Abril de 2000, que conseguiu, na recta final, a proeza de suplantar, em termos de audiência, aquilo que era considerado um bastião da SIC: a novela da Globo 'Laços de Família' (Lopes, 2001).

No último dia de 2000, a TVI faz a passagem do ano com a final do 'Big Brother', conquistando, com essa emissão, um *share* médio de 75%. Em quatro meses, o canal de Queluz deixava para trás a RTP e ultrapassava a liderança da SIC. A 'locomotiva' de José Eduardo Moniz

³ Segundo dados da Markttest, o 'TVI Jornal' teve 39% de 'share', contra os 30,5% do 'Primeiro Jornal' da SIC e os 26,2% do 'Jornal da Tarde' da RTP1.

⁴ Estes dados pertencem à Markttest e foram publicados na edição de 21 de Outubro de 2000 do 'Diário de Notícias'.

tinha funcionado muito bem e, no ano seguinte, haveria de motivar mais mudanças no canal privado concorrente.

Depois de ter, reiteradamente, criticado em público o formato da Endemol comprado pela TVI, o director da SIC decidiu, em Janeiro de 2001, adquirir à mesma produtora holandesa um programa semelhante ao 'Big Brother' intitulado 'Acorrentados'. A primeira emissão, a 20 de Janeiro, registou um *share* de 31,3%. A estratégia de Carnaxide foi a da antecipação, pois, no dia seguinte, começaria na estação de Queluz a segunda edição do 'Big Brother', mas, nesse confronto no mesmo terreno, a SIC não foi, nem iria ser nos meses seguintes, bem sucedida.

Adoptando a 'novela da vida real' como âncora de outros programas, a TVI apenas alterava a oferta televisiva nos segmentos intercalares desse formato, introduzindo aí novelas ou séries nacionais que nem sempre iam para o ar no dia ou no horário previstos, sem, no entanto, afastarem a adesão do público. Cumpria-se aí aquilo que Rey Morató (1998: 65) chama 'o mistério das audiências'. A fórmula "Big Brother" + 'Jornal Nacional' + ficção portuguesa + 'Big Brother' funcionava como um macro-discurso que submetia as respectivas unidades à sua lógica. Umavam estavam em ligação com as outras. Mesmo o noticiário da noite, o único programa que começava (mais minuto menos minuto) no horário previsto, inaugurou, a partir de Setembro de 2000, uma nova lógica editorial, preferindo os assuntos nacionais às temáticas internacionais, sobrepondo a vida quotidiana à política, privilegiando o cidadão comum às fontes oficiais, valorizando o registo emocional em detrimento de argumentos de natureza mais racional. O que não introduzia uma grande ruptura com as 'novelas da vida real' que lhe estavam contíguas em termos de grelha. O mesmo cuidado com a continuidade era colocado nas estreias dos programas, nomeadamente na ficção nacional, que surgia no ecrã obedecendo à conhecida estratégia de engenharia de programação chamada 'hammock' (também designada 'sandwich programming'). A SIC reagiu ao inesperado sucesso do canal concorrente, apostando no mesmo tipo de conteúdos, nomeadamente no segmento dos *reality-shows* e, a partir de 19 de Março de 2001, numa novela portuguesa chamada 'Ganância', que foi colocada em período nocturno em continuidade com a novela brasileira da Rede Globo.

Deste quadro de concorrência apertada nos conteúdos de entretenimento, resultou, no primeiro trimestre de 2001, uma consequência para

o jornalismo televisivo: as estações privadas deixaram de ter espaço na grelha para programas de informação não-diária. Tendo que gerir o horário nobre com noticiários, ficção nacional (séries e novelas, no caso da TVI), novelas brasileiras e *talk-shows* (estes últimos na SIC), os canais não conseguiam encontrar tempo para uma emissão de debate ou de grande-entrevista. A solução encontrada foi a de introduzir, nos telejornais, espaços dedicados ao tratamento mais alargado de certos temas. Aí, a forma mais adoptada foi a da grande-reportagem que permitia uma continuidade com as peças noticiosas dos alinhamentos. A questão que fica em aberto é a de saber se esta subtracção, que os canais privados fizeram da informação semanal emitida em horário nocturno, foi benéfica em termos de capitalização de audiências. A 30 de Janeiro de 2001, a SIC, ao fazer um ‘Especial Informação’ intitulado ‘Agonia’ – uma reportagem do jornalista João Ferreira, que assumiu o estatuto de repórter-participante, e que se centrou nos esforços de um jovem para escapar à toxicodependência –, ultrapassou, nessa noite, o *share* da ‘novela da vida real’ da TVI.

O segundo trimestre de 2001 não foi muito diferente do primeiro, mas ficaria marcado por uma polémica desencadeada por um dos novos *reality-shows*. Falhado o formato ‘Acorrentados’, a SIC optou, a 13 de Maio, por estrear ‘O Bar da TV’, produzido por Ediberto Lima, um brasileiro a quem tinha sido entregue a produção do ‘Big Show SIC’ que, num passado recente, alcançara bastante popularidade. A primeira emissão deste ‘reality show’ registou 28,9% de *share*, um valor que ficava muito aquém do atingido pelo ‘Big Brother’, cuja segunda edição haveria de chegar ao fim, a 20 de Maio, com 43,4% de *share*. Para chamar a atenção dos telespectadores, a SIC antecipou o segundo dia de ‘O Bar da TV’ com anúncios que garantiam um *late night show* com cenas ousadas. E assim foi. Ao serão, foram colocadas no ar imagens de concorrentes a tomar banho em nus frontais, havendo ainda tempo para emitir as brincadeiras de uma participante com um vibrador que acabaram por envolver uma colega. Terminada a emissão, teve início o *talk-show* ‘Noites Marcianas’ que aproveitou essas cenas para a conversa entre os comentadores residentes. Um deles, a economista Helena Sacadura Cabral, fez vários reparos àquilo que foi visto.

No dia seguinte, os pais da concorrente Margarida deslocaram-se ao sítio onde se produzia ‘O Bar da TV’ para convencer a filha a abandonar

o concurso e a regressar com eles para Borba, seu local de residência. O casal foi obrigado a fazer compasso de espera até à noite, altura em que lhes permitiram a entrada nas instalações onde decorria o programa. Os concorrentes deixaram a família a sós, mas a SIC optou por transmitir essa conversa em directo e, mesmo quando a jovem Margarida, dividida entre a vontade dos seus progenitores e o seu desejo de ficar, pediu para falar em privado com a psicóloga da equipa de produção, esse diálogo foi emitido em directo. O assunto entrou novamente nas ‘Noites Marcianas’, tendo o respectivo apresentador declarado a jovem alentejana como ‘a primeira vítima a sério dos ‘reality shows’ em Portugal’.

Esta transmissão, como veremos mais à frente, suscitou acesos reparos por parte de diversas personalidades, os quais a SIC sempre rejeitou. No entanto, o relacionamento da direcção da estação com a produção de ‘O Bar da TV’ foi perturbado e a tensão agudizar-se-ia, no final desse mês de Maio, quando a equipa de Ediberto Lima autorizou o namorado de uma das concorrentes a entrar na casa onde se desenrolava esta ‘novela da vida real’. Uma decisão que contrariava as normas do concurso e em relação à qual o produtor brasileiro alegou não ter tido conhecimento prévio. A propósito desta questão, o director da SIC convocou, a 25 de Maio, um plenário da estação, tendo aí afirmado que Ediberto Lima estava a ser aliciado pela TVI para boicotar o programa⁵. Em finais do mês, Lima é dispensado, sendo a produção do programa entregue à empresa argentina ‘Cuatro Cabezas’, detentora dos direitos do formato.

Estas polémicas passaram despercebidas aos telespectadores, que continuaram, nesse tempo, mais sintonizados na TVI. E foi essa preferência crescente pelo canal quatro que acabou por provocar a maior crise de sempre ao nível da direcção da SIC. Apesar de o director da estação de Carnaxide tentar captar, a 3 de Setembro, a atenção das audiências para mais uma ‘novela da vida real’, desta vez ‘Confiança Cega’, a audimetria persistiu em manter a mesma tendência. No primeiro dia, esse novo *reality show* conquistou 24,5% de *share*, contando já com a concorrência da terceira edição do ‘Big Brother’ que havia começado na véspera, ancorado por duas novelas: ‘Anjo Selvagem’ na franja de acesso ao *prime-time* e ‘Filha do Mar’ em horário nocturno. A 7 de Setembro, Emídio Rangel rescindiu o contrato com a SIC, pondo ponto

⁵ ‘Público’, 26 de Maio de 2001.

final ao cargo de director da estação que assumira ao longo de quase dez anos. Antes de o mês terminar, haveria de assinar um outro contrato para director-geral da televisão pública. O impacte destas mudanças tornar-se-ia visível em 2002.

Ao assinalar nove anos a 6 de Outubro de 2001, a SIC renovou a sua imagem gráfica, mas o trabalho da recém nomeada direcção do canal, designadamente ao nível da informação, só se tornaria visível a partir de Janeiro de 2002. Ao contrário do ano anterior, a estação de Carnaxide fez regressar ao horário nocturno dois programas de informação semanal: ‘Ficheiros Clínicos’ surgiram na sua terceira edição, mantendo a coordenação da jornalista Cláudia Borges; e ‘Hora Extra’, um programa de debate e grande-reportagem coordenado pela jornalista Conceição Lino. A partir de 21 de Janeiro, a SIC passou a ocupar as primeiras horas da manhã com uma emissão informativa, intitulada ‘Informação da Manhã’. Estas apostas não tiveram grande continuidade, mas o seu surgimento provocou uma reacção do serviço público de televisão. A 28 de Janeiro, a RTP haveria de contrapor, no mesmo segmento horário, um formato semelhante, o ‘Bom Dia Portugal’, apresentado por Alberta Marques Fernandes, a jornalista que se transferira da SIC. Nessa noite, e no cenário inaugurado no programa da manhã, apareceria um novo pivot no ‘Telejornal’, o jornalista José Alberto Carvalho, outra das transferências do canal privado. Quanto à informação semanal, a RTP experimentou, a partir de 7 de Março, um formato que se pretendia de debate, mas que, em cada semana, encenava em palco um espectáculo da palavra protagonizado por convidados que construam o seu discurso predominantemente sob um registo emotivo. O nome escolhido para o programa foi ‘Gregos e Troianos’; a apresentação ficou a cargo de Júlia Pinheiro, uma profissional de televisão que não é jornalista; e a produção foi entregue à produtora ‘Gestemusic’, a mesma que haveria de produzir, em 2003, a versão portuguesa da ‘Operação Triunfo’ (OT).

Ao contrário dos outros dois canais generalistas, a TVI optou por não apostar em programas de natureza informativa. No primeiro trimestre do ano, começou a emitir ‘A Ilha da Tentação’ e, no segundo trimestre, colocou no ar ‘A Academia de Estrelas’, produzido pela Endemol e muito semelhante à ‘OT’. A SIC, apesar de, nos primeiros meses do ano, ter declinado a moda dos *reality shows*, a 4 de Março deu início a ‘Master Plan’, um formato da Endemol, apresentado pela mo-

delo Marisa Cruz e pelo humorista Herman José. Esta nova ‘novela da vida real’ – ancorada pela rubrica diária de humor com a duração de um minuto ‘As Anedotas do Herman’ – era encarada pelo director da SIC como um ‘*clic*’ para a subida do ‘share’. Em vésperas dessa estreia, Manuel da Fonseca admitia ainda que seguiria a estratégia da TVI: ‘*colar*’ o *reality show* às novelas. Por seu lado, o presidente do Conselho de Administração do canal de Carnaxide encarava o ‘Master Plan’ como ‘*o Big Brother da SIC*’⁶. A primeira emissão do ‘Grande Mestre’ teve uma audiência média de 9,7%, enquanto que ‘Anjo Selvagem’ na TVI conquistou 19,7%. No entanto, este novo *reality show* haveria, embora por um período curto de tempo, de chamar a atenção do público, devido às cenas mais ousadas de uma concorrente, a Gisela Serrano, que não revelava qualquer inibição em exhibir perante as câmaras a sua vida íntima, fazendo acompanhar as cenas que protagonizava de um léxico indecoroso. Segundo Eduardo Cintra Torres, ‘a produção do programa escolheu-a por ela ser tão irritante, tão Lisboa-gaita-de-chinela-no pé, que haveria de atrair audiências. Assim foi’⁷.

Mais afastada de políticas concorrenciais, a RTP vivia, neste período, uma instabilidade interna, resultante da mudança do partido do Governo nas eleições legislativas de 17 de Março e, consequentemente, da alteração dos quadros dirigentes da TV pública. Em finais de Julho, foi designado um novo Conselho de Administração e, depois de muitas pressões, Emídio Rangel aceitou, a 29 de Agosto, a rescisão do seu contrato como director-geral da RTP, o que implicou a nomeação de novos directores de Programas e de Informação bem como novas estratégias ao nível da engenharia de programação que originaram, no último trimestre do ano, algumas alterações, mais visíveis na área informativa. Os telespectadores não reagiram visivelmente a essa mudança, continuando a RTP1 como terceira estação em termos de audimetria. Esta aposta na informação também não teve grande impacto na oferta televisiva dos canais privados, nomeadamente na TVI que continuava a preencher os serões com a produção nacional, acrescentando-lhes, a partir de Setembro de 2002, o ‘Big Brother’, mas desta vez fazendo entrar na ‘Casa’ figuras com alguma projecção pública. A SIC contra-atacava

⁶ ‘Público’, 3 de Março de 2001.

⁷ ‘Público’, 10 de Junho de 2002.

com programas de humor, sem, no entanto, se sobrepor aos resultados do canal quatro.

O impacte das ‘novelas da vida real’ diminuiu na primeira metade de 2003. Com ‘A Academia dos Famosos’, a TVI não atingiu grande popularidade junto das audiências, tão pouco o enredo foi suficientemente forte para criar noticiabilidade nos telejornais da estação. Todavia, neste período, os canais privados ensaiaram, em horário nocturno, um tipo de programação centrada em pessoas a quem se reconhecia o estatuto de vítimas e em relação às quais a televisão pretendia assumir uma função reparadora das injustiças sociais. Assumindo formatos próximos do debate, estas emissões afastaram-se radicalmente daquilo que constitui o campo jornalístico. Foi neste contexto que apareceram, em Janeiro, na SIC, ‘Bombástico’ (dia 10), ‘Escândalos e Boatos’ (dia 21) e ‘O Crime não Compensa’⁸ (dia 28), programas feitos por produtoras externas que levavam semanalmente a estúdio pessoas que expunham casos pessoais, apontando abertamente aqueles que julgavam serem os culpados por situações que, a maior parte das vezes, diziam respeito ao espaço privado do actor do relato ou de terceiros, normalmente ausentes dos *plateaux*. Não se tratava aqui de ‘pensar’ casos de injustiça social, mas, sobretudo, de ressaltar o ‘sentir’ daqueles que falavam e daqueles que assistiam a esse ‘espectáculo da palavra’, exposta com dramatismo.

Apesar de não ter tido uma longevidade assinalável, este tipo de programação, enquanto se manteve em antena, suscitou uma acesa polémica, nomeadamente o ‘Bombástico’ que encontrou na classe dos juízes uma severa oposição. Estas emissões, apresentadas por profissionais da televisão sem carteira de jornalista, não poderão integrar-se naquilo que se entende por informação televisiva: não seguiam critérios jornalísticos, violavam sistematicamente o princípio do contraditório e ultrapassavam, com bastante frequência, princípios éticos, nomeadamente quando incitavam os convidados a falar de experiências íntimas, acusando pessoas ausentes. No entanto, foram estes formatos que a SIC colocou no remate do horário nobre, subtraindo com eles o espaço para outro tipo de realidade: aquela que o jornalismo constrói com regras específicas (Lopes, 2004).

⁸ ‘Escândalos e Boatos’ e ‘O Crime Não Compensa’ alternavam-se quinzenalmente no mesmo horário, ambos era produzidos por Ediberto Lima, o mesmo produtor de ‘O Bar da TV’.

Neste período, a TVI colocou igualmente em horário nocturno dois programas que traziam a estúdio convidados que relatavam experiências pessoais eticamente reprováveis. ‘Vidas Reais’ (que estreara a 16 de Setembro de 2002 e que a 10 de Janeiro de 2003 passou para os serões de sexta-feira e de sábado com uma emissão em directo) assentava na apresentação de casos moralmente reprováveis (por exemplo, adultérios, extorsões de dinheiro, negação de paternidade...). A autenticidade dos relatos era assegurada pelos protagonistas desses factos ou por pessoas que representavam papéis dos casos a retratar. Ao telespectador não era fornecida qualquer informação sobre o perfil (real ou ficcional) dos actores em cena. Por seu lado, ‘Eu Confesso’ (que surgiu a 25 de Janeiro de 2003) trazia para o *plateau* convidados que haviam sido condenados em tribunal e que, em estúdio, falavam dos crimes por si praticados.

Era para uma ‘zona de bastidores’ que remetiam estes novos programas. Violando o espaço íntimo dos convidados, colocavam em cena pessoas que representavam um papel, que lhes estava previamente configurado: o de vítimas da sua própria existência. Essa visualização da ‘*extimidad*’, ou seja, ‘o movimento que leva cada um a exteriorizar uma parte da vida íntima, física e psíquica’ (Tisseron, 2001:52-3), poderia ser uma oportunidade de multiplicar espelhos numa tentativa de se conseguir perceber melhor a respectiva identidade. Não era exactamente isso que se passava. Sabendo que encontravam no apresentador da emissão um coadjuvante ou um opositor àquilo que expunham, os convidados sentiam-se na obrigação de representar um papel. Não era para a verdade que os depoimentos se orientavam, mas para uma autenticidade que visava comover os assistentes: apresentador, público no estúdio e, sobretudo, as audiências. Tal como acontecia com as ‘novelas da vida real’. Entre todos estes programas, não havia muitas diferenças. A 31 de Agosto de 2003, a TVI avançava com a quarta edição de ‘Big Brother’, mais arrojada do que as anteriores, cujo slogan era a garantia de que os concorrentes iam ‘pôr tudo a nu’.

2 Os contras, os prós e a tentativa de regulamentação da nova oferta televisiva

Foram o avanço para os territórios da vida íntima e o esbatimento das fronteiras entre o que é informação e o que pertence ao entretenimento que suscitaram, a partir de Setembro de 2000, um amplo debate nas páginas dos jornais portugueses. Em termos gerais, o discurso legitimador desta programação foi assumido, como não poderia deixar de ser, pelos actores do campo televisivo (presidentes dos grupos proprietários dos canais privados, directores das estações, produtores e participantes dessas emissões), pertencendo as críticas mais contundentes a personalidades dos meios político, judicial, académico, cultural e jornalístico, sendo estas últimas sobretudo de profissionais que trabalham na imprensa. Por seu lado, a Alta Autoridade para a Comunicação Social fez sair, neste período, um conjunto de deliberações através das quais se tentava colocar limites a uma oferta televisiva que avançava fortemente em direcção à esfera privada.

2.1 As críticas

Ainda que o ‘Big Brother’ tivesse suscitado bastantes reservas nos primeiros dias de emissão, as maiores críticas a este formato surgiram após o tratamento mediático concedido a um concorrente que agrediu uma colega no interior da ‘Casa’ da Venda do Pinheiro. Se a produtora Endemol optou pela expulsão do agressor, o canal quatro destacou o episódio noutros programas para além daqueles reservados a esta ‘novela da vida real’, transformando-o na notícia com maior destaque naquele dia. A este propósito, José Manuel Paquete de Oliveira defendia, nessa altura, o seguinte⁹: ‘a partir de ontem, dei-me a pensar que, afinal, não é o país que está a ver e a divertir-se com o ‘Big Brother’, mas é o ‘Big Brother’ que está a ‘espionar’ e a gozar o país. (...) O ‘Big Brother’ ‘anestesiou’ o país. Nenhuma outra notícia prendeu tanta atenção’.

Face a um quadro em que o poder se concentrava ao nível da produção mediática, houve quem defendesse uma reacção por parte dos consumidores dessas mensagens. Insurgindo-se contra a ‘mercantilização dos afectos e exploração dos instintos mais primários’ que, na sua opi-

⁹ ‘Jornal de Notícias’, 21 de Outubro de 2000.

nião, estariam a invadir o horário nobre dos canais privados, Augusto Santos Silva referia ser ‘preciso recolocar a educação na ofensiva’¹⁰. Socorrendo-se de Umberto Eco para quem o papel do concorrente televisivo se assemelha ao dos gladiadores da Roma antiga que são mortos para delírio dos espectadores, Gustavo Cardoso responsabilizava os telespectadores por estes espectáculos degradantes que a TV promove. Na sua perspectiva, ‘se o público abandonar as bancadas, não haverá mais razão para os gladiadores televisivos se baterem na esperança da partilha do triunfo’¹¹. Não era este o entendimento do público que se sintonizava em massa com este tipo de formato, ainda que a imprensa, nomeadamente a de referência, tivesse sempre destacado posições bastante críticas a este género de programação. No editorial do dia 30 de Novembro de 2000, o director do ‘Público’ escreveu: ‘A língua inglesa possui a palavra ideal: ‘disgusting’. Qualquer coisa entre o lamentável e o detestável. Com uma forte componente de mau gosto. O ‘Big Brother’ foi, realmente, uma experiência ‘disgusting’. O que não obstou a que fosse a alavanca de uma verdadeira revolução na televisão portuguesa’.

Os reparos que, em finais de 2000 e início de 2001, se centraram na TVI estenderam-se, a partir de Maio, à SIC. Dois dias depois da estreia de ‘O Bar da TV’, o canal de Carnaxide provocou uma acesa polémica, quando, a 15 de Maio, transmitiu em directo o diálogo de uma das concorrentes com os respectivos pais que pretendiam que a sua filha desistisse daquele concurso, argumentando que o formato atentava contra a sua integridade moral. A conversa que esta família julgava privada foi ampliada para todo o país, mantendo-se a emissão no ar, mesmo quando a jovem pediu para falar a sós com a psicóloga da produção. Se, no dia a seguir a estas transmissões, responsáveis políticos, Alta Autoridade para a Comunicação Social e SIC tornaram públicos os seus comunicados a respeito deste caso, os jornais apenas tiveram oportunidade de a ele se referirem a 17 de Maio. E fizeram isso com grande destaque, solicitando a opinião de várias personalidades. Na edição desse dia, o ‘Público’ apontava o nº 1 do art. 21º da ‘Lei da Televisão’, segundo o qual ‘não é permitida qualquer emissão que viole os direitos liberdades e garantias fundamentais, atente contra a dignidade da pessoa humana

¹⁰ ‘Expresso’, 28 de Outubro de 2000.

¹¹ ‘Público’, 19 de Maio de 2001.

ou incite à prática de crimes’, para afirmar que ‘não houve respeito (por parte da SIC) pelo direito à privacidade’. Nesse texto, citava-se António Reis, vice-presidente da bancada parlamentar do PS e deputado da comissão de Assuntos Constitucionais, que assegurava ter havido por parte do canal de Carnaxide ‘uma ostensiva violação da vida privada’. Por seu lado, José António Lima, falava, na edição *on-line* do ‘Expresso’ de 17 de Maio de 2001, das ‘televisões imbecilóides’ que se estruturam, na sua perspectiva, a partir da conjugação de três vectores: ‘quem promove, quem participa e quem vê’, um fenómeno que o jornalista reconhecia não ser exclusivamente português, mas que se acentuava particularmente no nosso país. Por isso, concluía o texto desafiando para que, ‘tal como nos maços de tabaco e de forma preventiva, SIC e TVI passem a incluir num dos cantos do ecrã a seguinte menção: esta televisão prejudica gravemente a saúde. Mental’. Neste mesmo dia, o director do ‘Público’ escrevia um editorial a respeito deste tipo de programação televisiva intitulado ‘a abjecção absoluta’. Nele, referia ‘as conversas alarves dos concorrentes do ‘Big Brother’, os ‘*strip-tease* dos ‘Acorrentados’, mas era a transmissão em directo da conversa familiar ocorrida no ‘Bar da TV’ que José Manuel Fernandes considerava representar ‘o novo salto qualitativo em direcção ao zero absoluto’. Para o jornalista Fernando Madrinha, ‘não existe uma grande diferença entre a exploração do drama familiar no concurso ‘Bar da TV’ e a longa e penosa entrevista, apresentada no Jornal Nacional da TVI do mesmo dia, a um pai desesperado que denunciou à polícia o filho de 15 anos por ele se ter tornado traficante de droga. Descontando o facto de uns terem ido à SIC para resgatar a filha e o outro ter ido à TVI para contar a história do filho – cada um fará o juízo moral que entender sobre as iniciativas dos pais em causa – o resultado final é o mesmo, tal como a intenção editorial’¹².

Carlos Chaparro, professor de jornalismo da Universidade de S. Paulo, recusa-se a ver apenas deslizes de ética nas polémicas desencadeadas pelos novos ‘reality shows’. Argumentando que ‘a ética é o campo teórico dos valores’, o académico defende que ‘a sociedade portuguesa está, sim, diante de uma situação concreta de desrespeito pelas

¹² ‘Expresso’, 19 de Maio de 2001.

leis civis e penais essenciais no aparato de defesa e construção da democracia’, concluindo que ‘é de crime contra pessoas que se trata’¹³.

Num artigo onde reflecte acerca das ‘novelas da vida real’ inauguradas pelo ‘Big Brother’, Pacheco Pereira refere a urgência de se promover um debate público sobre este tipo de formatos. Na sua opinião, ‘o que programas como o ‘Big Brother’ mostram é que há um aspecto muito relevante da vida pública nacional que não é tratado pela comunicação social: a própria comunicação social’. Argumentando que este tipo de programação ‘tem a ver com formas modernas de poder e, como tal, deveria ser sujeito a um escrutínio tão detalhado e esclarecedor para o público como o *decision-making* dos outros poderes’, o colunista do ‘Público’ pensa não haver qualquer motivo para que se ignorem aspectos importantes da produção deste tipo de programa. E interroga: ‘Por que razão é que nada se sabe sobre o processo de selecção dos candidatos? O que é que procurava a TVI nos seleccionados? Qual o ‘programa’ oculto dessa selecção?’. Outro dos aspectos referidos por Pacheco Pereira relaciona-se com a inclusão de peças sobre o ‘Big Brother’ no ‘Jornal Nacional’ da TVI, deixando, a este respeito, as seguintes interrogações: ‘Algum jornalista da casa colocou objecções, ou se recusou a fazer o que lhe era mandado? Que garantias tinha de não ser despedido se o fizesse?’¹⁴.

Também da parte do Governo, fizeram-se ouvir críticas às ‘novelas da vida real’ e à forma como estas vinham contaminando a restante programação, nomeadamente os noticiários. Num debate destinado a divulgar o plano de incentivos à imprensa regional, realizado em Janeiro de 2001 em Alenquer, o secretário de Estado da Comunicação Social, Arons de Carvalho, garantiu que o jornalismo português atravessava ‘uma profunda crise’ que se repercutia em ‘falta de rigor e sensacionalismo’¹⁵.

2.2 Os discursos legitimadores

Paralelamente aos benefícios que se insiste em fazer transitar para os concorrentes (a quem se garante uma certa visibilidade que se julga ser

¹³ ‘O Ribatejo’, 24 de Maio de 2001.

¹⁴ ‘Público’, 4 de Janeiro de 2001.

¹⁵ ‘Diário de Notícias’, 8 de Janeiro de 2001.

sinónimo de notoriedade) e para o público televisivo (que se pensa satisfazer com uma oferta que atinge altos índices de *share*), as posições legitimadoras desta programação – a maior parte das quais tomadas pelos actores do campo televisivo – fazem sobressair elementos relacionados com os índices de audiências, e consequentemente com a rentabilidade económica, que levam as estações de TV a perseguirem tácticas de programação que se revelam eficazes em termos de captação do interesse do público. É isso que constitui, afinal, a chave para a compreensão de uma nova fase na vida das televisões generalistas com repercussões em toda a grelha, principalmente na franja que reúne mais espectadores, a do horário nobre.

Proporcionar ao público programas populares para, através disso, solidificar audiências que garantam substanciais retornos em receitas publicitárias: eis a força subjacente a qualquer estratégia de engenharia de programação, principalmente no sector privado do audiovisual. Foi nisto que a TVI apostou quando, em Setembro de 2000, renovou radicalmente a sua oferta televisiva em horário nocturno. A ‘locomotiva’ foi, como já referimos, o ‘Big Brother’, através do qual se acreditava ser possível fazer periclitar o *share* da estação mais vista, a SIC. O presidente do Conselho de Administração da TVI, Miguel Paes do Amaral, reconhece que ‘foi um enorme risco’¹⁶, embora a aposta de ‘dar às pessoas aquilo que elas gostam de ver’ garantisse, desde logo, algum sucesso. No caso, esse sucesso ultrapassou todas as expectativas, obrigando a estação privada concorrente a reformular a sua estratégia. Falando do impacto do ‘Big Brother’, o presidente do Conselho de Administração da SIC, Francisco Pinto Balsemão, afirmou o seguinte:

*‘O programa foi oferecido à SIC, a SIC entendeu que as pessoas não iam gostar daquele tipo de programas e que, portanto, não havia qualquer vantagem em dar aquele tipo de programação. Verificou-se que estávamos completamente enganados e aí a SIC teve de voltar atrás e pensar.’*¹⁷

Justificava-se, assim, a opção do seu canal em integrar na grelha o mesmo tipo de formato. Por seu lado, o director da SIC, Emídio Rangel,

¹⁶ ‘Público’, 29 de Janeiro de 2001.

¹⁷ ‘Expresso’, 2 de Junho de 2001.

depois de sublinhar que o seu trabalho ‘se orientava tendo em conta aquilo que os públicos apreciavam’, defendia que, ‘se as pessoas exigem programas “voyeuristas” ou com essa lógica, uma estação generalista como a SIC pode transmiti-los’¹⁸.

Ocupando já um grande espaço na grelha de programação, estes novos *reality shows* também ‘entraram’ noutros programas. Na SIC, emissões como ‘Noites Marcianas’ e ‘SIC 10 Horas’¹⁹ foram espaços propícios para conversas em torno do enredo que os concorrentes iam construindo através de um quotidiano desenhado para/pelas câmaras que os vigiavam em permanência. No entanto, a abordagem que estes *talk shows* fizeram das ‘novelas da vida real’ – embora pudesse ser considerada excessiva – não levantou grande polémica junto da opinião pública. O mesmo não se passou com a TVI, que optou por tratar os momentos mais significativos do ‘Big Brother’ no seu ‘Jornal Nacional’.

Confrontando-se com críticas permanentes em relação a esta política editorial, a TVI vai, ao longo deste tempo, enjeitando veementemente todas as acusações que incidiam na violação dos limites de informação. Ainda em 2000, José Eduardo Moniz considerava ser ‘estúpido pensar que um órgão de comunicação social não possa falar de si próprio e em assuntos que sejam notícia’, contra-atacando ainda o director da SIC – que, dias antes, pedira a intervenção da Alta Autoridade para a Comunicação Social sobre o ‘Big Brother’ – nestes termos: ‘Acho incrível que falsos moralistas, que não respeitaram regras éticas e morais, peçam a intervenção da secretaria para resolver nos bastidores aquilo que não resolve em antena’²⁰. Participando, a 9 de Novembro de 2000, num debate intitulado ‘O “Big Brother” deve ser notícia?’, promovido pelo Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas, Henrique Garcia, subdirector de informação da TVI, argumentou que o programa ‘*produz factos que são noticiáveis*’. Por outro lado, também reconheceu

¹⁸ ‘Jornal de Notícias’, 6 de Janeiro de 2001.

¹⁹ Entrevistada na edição de 30 de Junho de 2001 do ‘Jornal de Notícias’, a apresentadora do programa matinal da SIC, quando confrontada com a inclusão de imagens deste ‘reality show’ no seu formato, remeteu essa responsabilidade para o director do canal e para a produtora do ‘SIC 10 Horas’, a ‘Comunicasom’, acrescentando que ‘O Bar da TV’ entrava aí na medida em que as suas emissões se assumiam como ‘*o espaço nobre do dia*’, procurando-se, por isso, ‘*falar aí de outros programas da SIC*’.

²⁰ ‘Público’, 3 de Novembro de 2000.

ser ‘indesmentível’ que ‘ter notícias do “Big Brother” no fim do jornal aumenta as audiências’, sublinhando, no entanto, que essa constatação não poderia ser o único critério para se promover a noticiabilidade. Quanto ao destaque dado nos noticiários da TVI ao ‘pontapé do Marco’, Henrique Garcia justificou-o assim: ‘não podíamos ignorar uma coisa que todo o país falava’²¹. E o que dizer, quando se colocam jornalistas em formatos vocacionados para o entretenimento? Paula Magalhães – jornalista há mais de 20 anos, tendo sido pivot de noticiários na RTP e, depois, responsável por vários programas de informação na TVI – foi uma das profissionais chamadas pela direcção de informação para o cargo de editora do ‘Big Brother Extra’.

‘Não é o projecto da minha vida. Acredito que seja um negócio, mas é um negócio que nos paga’, afirmou a jornalista nesse mesmo debate. Também Manuela Moura Guedes, pivot do ‘Jornal Nacional’ e chefe de redacção da TVI, recusou várias vezes a posição daqueles que censuravam a inclusão de peças sobre o BB nos noticiários, usando a seu favor argumentos como os de o concurso ser ‘um fenómeno’ em relação ao qual a informação do respectivo canal ‘não podia passar ao lado’²². O mesmo apoio a esta política editorial que se inclinava para uma ‘informação tablóide’ foi dado várias vezes pelo presidente do Conselho de Administração da TVI. ‘E qual é o problema? Os tablóides em Inglaterra são os jornais mais lidos. O ‘Sun’ e o ‘Daily Mail’ têm muito mais leitores do que o ‘Telegraph’ e que o ‘Times’, afirmava Miguel Paes do Amaral que defendia encontrar na programação do seu canal ‘uma grande harmonia entre a informação e o entretenimento’, o que, na sua opinião, ‘é absolutamente essencial’²³.

Paralelamente a um discurso legitimador destes formatos, os responsáveis pelos canais privados iam admitindo fazer eventuais cedências, criando limitações aos respectivos conteúdos em troca de algumas condições. Para o presidente da TVI, Miguel Paes do Amaral, ‘banir os “reality shows” só no dia em que a RTP deixar de ter futebol nacional,

²¹ Estas citações foram retiradas das notícias que reportam esta conferência publicadas nas edições de 11 de Novembro de 2000 do ‘Público’ e do ‘Diário de Notícias’.

²² ‘Diário de Notícias’, 17 de Janeiro de 2001.

²³ Estas afirmações foram feitas numa entrevista concedida por Miguel Paes do Amaral à Lusa, referida pela edição de 8 de Abril de 2002 do ‘Público’.

a SIC novelas brasileiras, a RTP deixar de ser financiada pelo Estado e a TVI ter a mesma posição na TV cabo que a SIC²⁴.

2.3 As deliberações da entidade reguladora dos *media*

Num quadro de reiteradas críticas aos avanços que as ‘novelas da vida real’ faziam em direcção ao domínio da vida privada dos respectivos concorrentes, de vários reparos à inclusão de peças sobre episódios do ‘Big Brother’ nos noticiários da TVI e de sucessivos alertas para a contaminação que o jornalismo estava a ser alvo por parte deste tipo de formatos, a entidade que supervisionava o campo dos media – a Alta Autoridade para a Comunicação Social – viu-se obrigada a tomar algumas posições. Esses alertas nunca tiveram grande capacidade para travar os excessos que vinham a ser cometidos, apesar de o n.º 1 do artigo 23.º da Lei n.º 43/98, de 6 de Agosto (Lei da Alta Autoridade para a Comunicação Social), conferir a este órgão poder para elaborar ‘directivas genéricas’ ou ‘recomendações’ com ‘carácter vinculativo’.

Elegendo como ponto central ‘as questões de privacidade e de dignidade humana’, a AACS aprovou por unanimidade, a 24 de Outubro de 2000, uma deliberação onde se considerava ‘fundamental que a TVI garanta, nas suas emissões, o respeito por esse valor (da privacidade), que a lei protege, não permitindo que essa exposição de privacidade humanamente indignifique os participantes e objectivamente constitua uma pedagogia de indignidade humana, seja em situações específicas e tarefas concretas seja nas tácticas de êxito e nos valores que tais tácticas podem ferir.’ Para trás, ficava o tratamento exaustivo por parte dos noticiários da TVI do caso conhecido como ‘pontapé do Marco’ e algumas edições de jornais televisivos que incluíram nos respectivos alinhamentos peças sobre, por exemplo, experiências sexuais ocorridas no interior da Casa do ‘Big Brother’.

A SIC não ficaria, durante muito tempo, imune às chamadas de atenção da AACS. No dia a seguir aos incidentes do ‘Bar da TV’, devido à transmissão da conversa entre a concorrente Margarida e os seus pais, ou seja, a 16 de Maio de 2001, a Alta Autoridade para a Comunicação Social aprovou por unanimidade outra deliberação onde se considerava que ‘foram infringidos de forma grave os parâmetros ético/legais que

²⁴ ‘Diário Económico’, 8 de Junho de 2001.

visam proteger a imagem das pessoas e a reserva da intimidade da vida privada’, recomendando-se ao canal de TV ‘o estrito cumprimento da lei a que na matéria está vinculada e, em especial, das normas constantes dos números 1 e 2 do artigo 21º da lei da televisão’. Nesse mesmo dia, a SIC retransmitiu, ao longo da emissão, partes do programa que tanta polémica estava a causar, tornando, ainda, público um comunicado no qual a direcção do canal se dizia alvo de uma ‘intenção persecutória’, acusando a AACCS de, por um lado, não se referir ‘de forma objectiva a um único aspecto do programa susceptível de incorrer nas alegadas violações de parâmetros ético-legais’, e, por outro lado, de se manter em silêncio em relação a ‘um canal concorrente’ que, na perspectiva dos responsáveis da SIC, inseria na respectiva grelha ‘repetidas transmissões em horários diurnos de cenas apresentadas como de “sexo ao vivo” e ‘actos de violência física acompanhados da promoção de quem os pratica’.

Depois de várias tentativas para introduzir alguma moderação nos conteúdos emitidos em horário nobre, a Alta Autoridade para a Comunicação Social conseguiu, a 18 de Setembro de 2001, sentar à mesma mesa os presidentes da RTP, SIC e TVI para assinarem um acordo de auto-regulação da programação televisiva. Nele, ficou acordado que se iria ter em conta ‘os horários dos programas, o respectivo conteúdo, no que diz respeito, nomeadamente, a cenas de violência, física ou verbal, e de sexo, explícito ou sugerido’. Na cláusula 6ª, ficou estipulado que ‘os operadores se comprometem nos serviços noticiosos a reforçar os mecanismos que garantam qualidade à Informação e a clarificar os critérios jornalísticos, com respeito pelo Código Deontológico e pelo Estatuto do Jornalista, de modo a que uma notícia não possa ser confundida com qualquer tipo de promoção’. Esta última alínea, embora impusesse alguns cuidados nos conteúdos noticiosos, não impedia os canais de televisão de introduzirem nos noticiários peças sobre os *reality shows*. O próprio director de informação da TVI, José Eduardo Moniz, fez mesmo saber que nos programas informativos continuaria a incorporar o que considerava ser notícia, ‘aconteça num mercado, na rua, numa novela ou num *reality show*’²⁵. E foi isso que se fez, por exemplo, a 8 e a 9 de Janeiro de 2002, quando se optou por incluir no alinhamento do ‘Jornal Nacional’ duas reportagens sobre o 100º episó-

²⁵ ‘Público’, 19 de Setembro de 2001.

dio da telenovela portuguesa ‘Filha do Mar’. A AACS viria a reagir a isso em Março, considerando, em plenário, que o canal quatro poderia ter violado a cláusula que estabelecia que os operadores não iriam fazer promoção de programas sob a forma disfarçada de notícia. A solução encontrada foi a de se solicitar uma reunião da Comissão Arbitral, prevista no protocolo de Setembro, mas que, até esse momento, ainda estava por criar. . .

A intervenção da AACS no campo da programação televisiva voltou a tornar-se visível, no primeiro dia de Fevereiro de 2003, numa reunião feita com o propósito de analisar um ‘novo modelo de programas de televisão que pode pôr em causa a dignidade humana’. No mês anterior, a SIC tinha estreado o ‘Bombástico’, ‘Escândalos e Boatos’ e ‘O Crime não Compensa’ e a TVI o ‘Eu Confesso’. Foi o primeiro formato que suscitou mais polémica, devido ao facto de, na estreia, o apresentador ter colocado em causa a decisão de um juiz, chegando mesmo a pontapear a respectiva sentença. Depois de o Conselho Superior de Magistratura ter tornado pública uma veemente discordância sobre este tipo de programação e solicitado ao Estado uma intervenção em defesa das instituições, o Governo solicitou à AACS que se pronunciasse sobre determinados programas dos canais privados, tidos como momentos de violação dos direitos e liberdades. Ao contrário daquilo que se esperava, o órgão regulador, no comunicado da reunião de 1 de Fevereiro, não fez qualquer alusão a emissões específicas, optando apenas por sublinhar a necessidade de os programas televisivos preservarem a dignidade humana.

Se a Alta Autoridade para a Comunicação Social se revelou incapaz de travar sucessivos abusos de certas emissões televisivas, o Governo tentou, no segundo semestre de 2003, controlar a oferta televisiva, criando uma nova Lei de Televisão (Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto) que apresentava obrigações genéricas para todos os canais e uma nova regulação, em matéria de conteúdos. De acordo com o artigo 24.º, nenhum operador devem permitir a emissão, em sinal aberto, de programas que coloquem em causa os direitos fundamentais do indivíduo, que contenham pornografia, que incitem à violência gratuita, ao ódio, ao racismo e à xenofobia. Essas obrigações são retomadas no artigo n.º 30 que obriga os canais de TV a adoptarem uma ‘ética de antena’. Este novo enquadramento legal do audiovisual – que reforça ainda o regime san-

cionatório aplicável à actividade televisiva – não impediu, no entanto, os canais televisivos de continuarem a promover uma programação que vinha sendo adoptada desde Setembro de 2000, ou seja, com um entretenimento que atentava contra a dignidade das pessoas e com uma informação demasiado sensacionalista e com fronteiras ténues em relação ao registo da ficção.

3 Uma nova era para o audiovisual: a ‘pós-neotelevisão’

Ainda que em alguns textos publicados na imprensa se encontrem elementos que situam a actual oferta televisiva numa tendência que ultrapassa uma ou outra emissão específica – é o caso dos artigos do crítico de Televisão Eduardo Cintra Torres²⁶ publicados na coluna ‘Olho Vivo’ do jornal ‘Público’ –, a verdade é que a maior parte dos argumentos apresentados estão demasiado presos a aspectos conjunturais. Talvez fosse produtivo articular este novo rumo da programação televisiva com tendências de fundo quer do audiovisual, quer da sociedade. Percorrendo alguma da literatura produzida nos últimos anos por investigadores que desenvolvem o seu trabalho no campo televisivo, encontramos pistas que julgamos útil reter para perceber melhor a evolução que a programação tem vindo a tomar. Eliseo Veron, François Jost, Serge Tisseron, Michel Maffesoli e Eva Aladro são alguns dos estudiosos que escreveram sobre as ‘novelas da vida real’, tipo ‘Big Brother’. Em todos eles sobressai um discurso que reconhece quase como inevitável este tipo de programação. Como se correspondesse a um certo *air du temps*.

Na sequência do surgimento de novos *reality shows* tipo ‘Big Brother’, Eliseo Veron (2001) veio acrescentar uma nova fase à dupla periodização proposta por Umberto Eco²⁷, dando outra leitura aos conceitos de

²⁶ É de sua autoria o livro *Reality Shows: ritos de passagem da sociedade do espectáculo*. (Coimbra: Minerva, 2002). Aí, reúnem-se alguns artigos publicados na sua coluna semanal do ‘Público’.

²⁷ Num artigo intitulado ‘*A transparência perdida*’, Umberto Eco assinala dois períodos distintos no audiovisual: a ‘*paleotelevisão*’, a do tempo do monopólio; e a ‘*neotelevisão*’, a da era da desregulamentação. Esta designação é retomada por vários teóricos, principalmente em Itália com os trabalhos de Francesco Casetti e Roger Odin (1990), de Sandra Cavicchioli e Isabella Pezzini (1993) ou de Maria Pia Pozzato (1995).

‘paleotelevisão’ e de ‘neotelevisão’. Na sua perspectiva, a televisão generalista foi, desde sempre, construída a partir do ‘contacto’ que se dá através da relação do olhar, recusando, por isso, as visões de Eco que vê aí a singularidade da ‘neo-TV’ e as de Casetti e Odin que associam à ‘paleo-TV’ certos ‘contratos de comunicação’ como um vector distintivo. Para Eliseo Veron, o que permite diferenciar as etapas da televisão generalista ‘são os interpretantes que caracterizam os contratos de comunicação e não o laço estrutural que passa sempre pelo contacto indicial’. Assim, na fase inicial, o interpretante fundamental era fornecido por um ‘contexto socio-institucional extra-televisivo’ (o Estado-Nação), sendo o contrato de comunicação consubstanciado através da metáfora da ‘janela’. Ao interpretante-nação correspondia, ao nível da recepção, um interpretante-cidadão que absorvia o que lhe era proposto pela grelha televisiva, construída segundo uma lógica que escapava ao próprio medium. Na segunda fase, a televisão afasta-se do plano político, tornando-se, ela própria, a ‘instituição-interpretante’, resultando, daqui, uma visibilidade crescente das estratégias enunciativas. A passagem do século trouxe, na opinião de Eliseo Veron, um novo modo de encarar a enunciação televisiva. Aqui, ‘o interpretante dominante consiste numa configuração complexa de colectivos definidos como exteriores à instituição televisão, atribuídos ao mundo não-mediatizado do destinatário’, representando os novos *reality-shows* (tipo ‘Big Brother’) programas de base deste novo contexto de mudança de paradigma. Pela primeira vez na sua história, a TV integraria no ecrã o processo de mediatização do qual ela é a fonte e o principal actor, concedendo à realidade extra-mediática quotidiana, na qual se movimentam os receptores, um espaço estratégico tão importante como aquele que se encontra dentro do pequeno ecrã. Nas palavras de Eliseo Veron, este tipo de programa ‘coloca em cena uma semiótica do laço social quotidiano extra-mediático’, através do qual se completa aquilo que o programador planeou. Nesta fase, a programação fica em aberto, dando-se aos receptores o poder de decidirem o desfecho dos programas. Veron pensa que esta será a última etapa da TV generalista.

François Jost utiliza a imagem para, através dela, falar da evolução da comunicação televisiva. ‘Da imagem-espírito dos anos 50 passa-se para a imagem corpo dos nossos magazines da actualidade’, escreve em *La Télévision du Quotidien* (2001: 74). Esta mudança mistura-se com

outras de idêntica natureza: ‘a câmara já não é um pássaro que desliza na superfície do mundo, mas um peixe que emerge no meio daqueles de quem capta a vida’ (2001: 74). Faltarão aqui a referência a uma terceira etapa, apenas aludida na conclusão do livro, quando o autor enfatiza a actual necessidade (de quem produz e de quem vê televisão) de ‘tocar o vivido’. Na sua perspectiva, é aí que a imagem ‘encontra o seu pleno valor de índice’. No ano seguinte, no livro dedicado ao ‘Loft Story’, há outro espaço para falar no novo patamar da comunicação televisiva: aquela que é inaugurada por programas que misturam imagens reais e fictícias, que apagam as fronteiras que separam os programas da publicidade. Percorrendo caminhos diferentes de Eliseo Veron, François Jost também vê no surgimento dos chamados ‘programas da vida real’ a emergência de uma nova fase da televisão. A eles dedica um livro que intitula *L’Empire du Loft*, escrevendo aí que esse tipo de emissão ‘aparece na convergência de três modos: o da autenticidade, aberto pelos *reality-show*; o ficcional das *sitcoms*; e o do lúdico’ (Jost, 2002: 70). Na sua perspectiva, ‘o Loft é um catálogo de todos os sucessos televisivos da última década’ (2002: 105), mas com efeitos que nenhuma outra emissão alcançou. Afirmando que ‘o programa é ele próprio a publicidade’, Jost (2002: 130) vê nos novos códigos estruturantes desse formato o esbatimento da fronteira que separava o campo publicitário dos programas televisivos. A sua posição marcadamente semiótica é influenciada pelas apreciações de natureza sociológica e cognitiva de Serge Tisseron que, no ano anterior, havia publicado *L’Intimité Surexposée*. Nesse livro, o psicanalista (2001: 76) assinala a passagem para um novo período da história da intimidade. Para trás, ficavam duas etapas distintas. A primeira onde ‘a individualidade e a interioridade apareceram como um luxo dos privilegiados enquanto a maioria tinha de seguir a exigência do grupo’ e uma segunda onde se ‘exaltou a individualidade de um grande número de pessoas’. Actualmente, a intimidade situar-se-ia onde cada um deseja que ela esteja. Seria este um outro modo de vivermos o dia-a-dia, tendo esta alteração comportamental profundas influências no modo como a televisão organiza a sua comunicação.

Reconhecendo, também, que entramos com os novos *reality shows* numa nova fase da televisão – a que chama de ‘televigilância’ – Eva Aladro (2000) encara a actual enunciação televisiva a partir de um triângulo composto pelo ‘público’, ‘participantes dos programas’ e ‘criadores da

situação televisiva’, sendo comum a todos eles o traço do ‘poder de observação’. Significa isso que a televisão constrói-se dentro e fora do pequeno ecrã. Ao contrário de Veron, Aladro tenta equilibrar a força de cada um destes três ângulos. Se o ‘interpretante-telespectador’ está dotado de capacidade para escutar, opinar e decidir o rumo dos programas televisivos, os participantes das emissões actuam sempre uns sobre os outros, construindo um enredo que se pretende autêntico, apesar de existir sobre ele um importante trabalho aos níveis da pós-produção, realização e edição de imagens que condiciona aquilo que se vê. Todos vigiam todos, sendo o pequeno ecrã uma espécie de ponto de encontro entre estes diferentes actores. Como se cada um precisasse de imagens construídas pelo outro para continuar o seu quotidiano. Tal como acontece na vida real. Referindo-se ao formato ‘Big Brother’, Eva Aladro assinala que, quando saem da ‘Casa’, os concorrentes são confrontados com uma entrevista para contarem o que aconteceu dentro de um espaço que foi permanentemente vigiando por câmaras. Embora seja tudo transparente e a visibilidade absoluta, parece que os telespectadores não viram tudo. ‘Na realidade, não viram’, assegura a investigadora que, com base nisso, avança para aquilo que pensa ser um dos pontos ressaltados por este formato: a importância do discurso como âncora daquilo que se vê. Na verdade, em torno das imagens das novelas da vida real, há uma interacção contínua, incluindo-se, nessa ‘conversa’, os telespectadores a quem são proporcionados múltiplos acessos de diálogo (televoto, mensagens de email, fóruns em chats. . .), que permitem aquilo que se considera ser ‘uma autêntica sensação de partilhar experiências alheias’. E partilha-se o quê? A vida que ali é dada em directo, através de comportamentos aparentemente anódinos. Também é assim que se constrói o quotidiano. Aladro vê neste tipo de programação ‘o começo de uma televisão baseada na complexidade do ser humano’, constituindo-se este tipo de formato como um espaço que ‘proporciona novas possibilidades de discussão colectiva sobre as relações sociais’.

É também como uma metáfora da vida de todos os dias que Michel Maffesoli encara os novos *reality shows*. Todos nós existimos pelo e sob o olhar de alguém e é isso que estrutura os formatos tipo ‘Big Brother’. Referindo-se à versão francesa do Grande Irmão, o sociólogo defende que o programa ‘põe em cena a ‘perda’ do indivíduo racional numa entidade que o ultrapassa’ (2003: 101). Na sua perspectiva, ‘o sufoca-

mento suscitado por esta partilha dos afectos e a obscenidade que isso induz são instrutivos. Eles lembram, simplesmente, que o ‘plural’ na natureza humana é uma realidade empírica de antiga memória’ (2003: 102). Eduardo Cintra Torres (2002) fala desta nova programação como uma espécie de ‘ritos de passagem da sociedade do espectáculo’ que é a nossa.

Não são pacíficas as teses que vêm na televisão um reflexo daquilo que lhe é exterior e, simultaneamente, um momento de dar novo impulso a tendências embrionárias que fervilham na rede societal. Onde Maffesoli insiste em ver aspectos positivos, outros constroem, a partir daí, uma argumentação exactamente contrária. Como o filósofo Gustavo Bueno que qualifica este tipo de oferta televisiva como ‘o protótipo da obscenidade’ (2002: 123-127). Maffesoli considera que é exactamente isso que hoje retorna ao ‘primeiro plano da cena social’. Dentro e fora do pequeno ecrã. Na sua perspectiva, esse ‘lixo que se teria de esvaziar ou esconder é igualmente um elemento da realidade que, com alguma insolência e com desenvoltura face aos conformismos de pensamento, dá a ver cruamente. Exprimindo-se, essa parte obscura relativiza a nossa pretensão a dominar a natureza. E incita, sobretudo, a conciliar-se com ela’ (2003: 164). Quanto às críticas que censuram a televisão por avançar muito em direcção aos territórios da intimidade, o sociólogo do quotidiano defende que aquilo que ‘no burguesismo moderno se podia viver por detrás do muro da vida privada torna-se, a partir de agora, num elemento de vínculo social’, criando ‘múltiplas tribos que se reúnem graças às redes do ecrã’ (2003: 164).

Talvez parte destes argumentos suscite reservas, mas estes enquadramentos têm a vantagem de pensar a televisão inserindo-a num tempo que é o nosso. No início do século XXI, a enunciação televisiva é substancialmente diferente daquela que foi construída na segunda metade do século XX. Talvez porque, acima de tudo, também o quotidiano sofreu profundas alterações. A aceitarmos isso, as justificações para este novo rumo do audiovisual não podem apenas estar dentro do pequeno ecrã, nem tão pouco circunscritas ao campo televisivo. Estão também na sociedade. E é sobretudo isso que convém não perder de vista.

4 Algumas notas sobre as mudanças e os desafios do jornalismo televisivo

Poder-se-ia afirmar que as ‘novelas da vida real’ revolucionaram a programação. A de entretenimento e a informativa. Até certo ponto, isso era inevitável. A oferta televisiva como uma realidade composta por elementos específicos (os programas) inseridos num ‘macro discurso global’ (a grelha) é uma perspectiva adoptada por vários teóricos, segundo os quais uma emissão é sempre condicionada pelos programas que lhe são contíguos e, acima de tudo, pela política editorial da respectiva estação. Porque ocuparam um grande espaço no interior das grelhas, talvez os novos *reality shows* emitidos pelos canais privados tivessem sido os que mais influenciaram os restantes conteúdos televisivos. Os enredos desses formatos entraram noutros programas, deram origem a emissões especiais, tornaram alguma da ficção nacional semelhante a si e misturaram aquilo que é intrínseco ao entretenimento com aquilo que é idiossincrático ao jornalismo. Os jornalistas criaram peças sobre as novelas da vida real e os que estavam envolvidos na produção desses *reality shows* fizeram aquilo que se pretendia que fossem reportagens sobre os respectivos concorrentes. Como se os noticiários passassem a ser um tempo de descontração e as emissões de entretenimento um momento de informação. Valorizando a ligação directa a factos cujas causas e consequências ainda estão por apurar, insistindo em assuntos quotidianos anódinos e privilegiando fontes anónimas que falam em registos emotivos, os noticiários distinguem-se cada vez menos das ‘novelas da vida real’.

Num tempo de ‘McDonalização do sistema audiovisual’ (Blanco Sampedro, 2003), a televisão parece exibir-se e promover-se a si própria, prescindindo do contacto com o mundo exterior. ‘Tele-realidade’, ‘tele-verdade’ ou ‘espectáculo do real televisivo’ assumem-se como conceitos recorrentes para falar da TV actual, onde a verdade dos enunciados cede lugar à verdade da enunciação. O visível sobrepõe-se ao inteligível, o emocional ao racional. Mas, como lembra Régis Debray (1994), ‘ver’ não é sinónimo de ‘entender’. É exactamente a partir deste postulado que a informação televisiva deve procurar espaço para recuperar o terreno perdido nestes últimos anos. Percorrendo o horário nobre dos canais generalistas portugueses desde Setembro de 2000, repa-

ramos que os programas de informação semanal foram desaparecendo das estações privadas. Serão os telejornais suficientes para perceber o que se passa de mais importante? Constituindo-se como fragmentos da actualidade, as respectivas peças noticiosas terão capacidade de nos situar na complexidade daquilo que nelas é sumariamente relatado?

Por outro lado, ao integrar no alinhamento dos noticiários reportagens sobre as ‘novelas da vida real’, os respectivos editores, para além de promoverem uma confusão entre o real e a ficção, contribuiram para acentuar a miopia do sistema informativo em relação à dinâmica social. Já sabemos que a actualidade noticiosa é sempre uma selecção de acontecimentos, mas convém que o filtro, por onde passam os factos que acedem à visibilidade mediática, reflecta o mundo onde nós vivemos e não apenas o universo televisivo, fazendo-nos crer que nada mais se passa para além daquilo que é criado no pequeno ecrã. Também os avanços que o jornalismo televisivo tem feito em relação aos territórios do privado levantam a questão de saber se essa aparente transparência nos confere maior proximidade àquilo que se passa. Nem sempre o excesso de luz permite a melhor visibilidade, o que valoriza o discurso enquanto âncora imprescindível para perceber aquilo que se vê. Mas é exactamente essa atracção pela hiper-visibilidade, desligada de qualquer contextualização, que a TV tem vindo a promover. E que o jornalismo televisivo não tem sido capaz de travar, procurando outras formas de explicar a realidade que ultrapassem a hipertrofia representativa, que resulta de uma cultura assente na velocidade da imagem e na escassez da palavra.

Nestes últimos anos, foram muitos os que, em conferências, em artigos de jornais ou em revistas científicas, se opuseram ao actual rumo do audiovisual. Das novelas da vida real, falou-se em ‘atentados contra a privacidade’ ou de ‘conteúdos objectos’. Da informação, aludiu-se à ‘falta de rigor’ ou ao ‘sensacionalismo’. Argumentos de quem ambicionava outra oferta televisiva, principalmente um jornalismo com mais qualidade e com menos dependências de vária ordem. Os responsáveis pelos canais de televisão, nomeadamente privados, defenderam-se das críticas, contrapondo os altos índices de audiências atingidos pelas emissões alvo de maiores críticas. Era como se, de um lado, estivesse uma elite que pretendia uma televisão de minorias e, do outro, as massas que reclamavam uma TV democrática, ou seja, para a maioria. A

Alta Autoridade para a Comunicação Social tentou fazer aquilo que lhe competia: travar os avanços dos conteúdos televisivos. Nunca o conseguiu. Na verdade, os novos *reality shows* só vieram comprovar o que todos pressentiam há muito: no audiovisual a oferta é determinada pelas leis do mercado. No entanto, uma televisão não pode – não deve! – estar apenas submetida a condicionamentos económicos, sob pena de se reproduzir sempre mais do mesmo e cada vez pior. Pela nossa parte, pensamos que os espaços informativos poderão ser uma alavanca fortíssima para restituir qualidade à oferta televisiva e para conferir ao espaço público contemporâneo uma nova vitalidade.

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

Se hoje insistirmos em manter o jornalismo televisivo como um campo social autónomo, de que práticas e de que valores poderemos falar? Será que ainda faz sentido haver redacções com profissionais formados em jornalismo? Será que necessitamos hoje de jornalistas que privilegiem factos de interesse público, que promovam um debate social pluralista e igualitário, que procurem informação junto de fontes credíveis, que respeitem o princípio do contraditório...? Será que queremos apenas divertir-nos, quando ligamos a TV? Será que não nos fará

falta uma informação que seja simultaneamente de interesse do público, mas também de interesse público? Se as respostas parecem óbvias, não serão paradoxais as opções que os responsáveis pela programação dos canais generalistas promoveram entre Setembro de 2000 e Dezembro de 2003?

5 Cronologias

2000

3 de Setembro – antestreia, na TVI, do ‘Big Brother’ que registou 42,4% de *share*.

4 de Setembro – acompanhando a estreia do ‘Big Brother’, a TVI renova-se graficamente e apresenta, a partir desta data, uma nova informação diária às 13h00 e às 20h00.

3 e 4 de Setembro – a SIC exhibe, em horário nocturno, uma série de reportagens sobre a saúde inseridas numa emissão especial intitulada ‘Isto é um Escândalo’.

16 de Outubro – a RTP reformula o cenário e o grafismo do ‘Telejornal’ e do ‘Jornal da Tarde’.

30 de Dezembro – termina a 1ª edição do ‘Big Brother’ que deu à TVI um *share* de 75%.

2001

20 de Janeiro - estreia, na SIC, ‘Acorrentados’. A primeira emissão regista um *share* de 31,3%. A TVI contrapõe ‘Jardins Proibidos’, que reúne *share* de 48.8%

21 de Janeiro – estreia na TVI do BB2.

12 de Fevereiro – estreia na SIC ‘Noites Marcianas’. O tema do primeiro programa é a pornografia em Portugal. Na TVI, o ‘Especial Informação’ é dedicado ao erotismo.

13 de Maio – estreia, na SIC, ‘O Bar da TV’, produzido por Ediberto Lima, 28,9% de *share*.

15 de Maio – transmissão em directo da conversa de Margarida com os pais no ‘Bar da TV’, alegadamente sem autorização para tal por parte dos intervenientes.

20 de Maio – última emissão da 2ª edição do BB, que reúne 43,4% de *share*.

16 de Agosto – Emídio Rangel assume o cargo de director-geral coordenador de conteúdos dos vários canais da estação, deixando de ser director de programação e de informação da SIC.

20 de Agosto – estreia, na SIC, ‘Jerry Springer Show’.

2 de Setembro – começa o BB3 e, no acesso ao horário nobre, estreia a novela ‘Anjo Selvagem’.

3 de Setembro – estreia, na SIC, ‘Confiança Cega’, registando um *share* de 24,5%.

7 de Setembro - Emídio Rangel rescinde o contrato que o vinculava à SIC e abandona a estação.

14 de Setembro – José Rodrigues dos Santos demite-se do cargo de director de informação na sequência de notícias que anunciam Emídio Rangel para director geral da RTP

20 de Setembro – Emídio Rangel assina com a RTP um contrato para director-geral da empresa de serviço público de televisão.

6 de Outubro – estreia, na TVI, ‘Survivor’.

6 de Outubro – a SIC renova a sua imagem gráfica.

2002

21 de Janeiro – estreia, na SIC, ‘Informação da Manhã’, apresentada por Bento Rodrigues.

22 de Janeiro – estreia, na SIC, a terceira edição de ‘Ficheiros Clínicos’.

23 de Janeiro - A Media Capital compra 45% do grupo Nicolau Breyner Produções (NBP).

24 de Janeiro – estreia, na SIC, ‘Hora Extra’.

28 de Janeiro – a RTP renova o grafismo e a cenografia, apresentando uma nova estratégia para a informação.

9 de Fevereiro – estreia, na TVI, ‘A Ilha da Tentação’, apresentada por Carlos Ribeiro.

10 de Fevereiro – estreia, na RTP, ‘Operación Triunfo’, na versão espanhola, um formato produzido pela Gestmusic.

4 de Março – com a apresentação de Marisa Cruz e Herman José, estreia, na SIC, o *reality show* da Endemol ‘Master Plan’.

22 de Julho – Presidido por Almerindo Marques, o novo conselho de administração da RTP entra em funções, substituindo a equipa dirigida por João Carlos Silva.

23 de Julho – última gala de ‘Academia de Estrelas’ da TVI.

29 de Agosto – Emídio Rangel aceita uma rescisão amigável do contrato que o ligava à RTP.

8 de Setembro – começa, na TVI, o ‘Big Brother dos Famosos’, atingindo o *share* de 49,2%.

6 de Outubro – A SIC renova o grafismo, os genéricos e os cenários da informação.

5 de Novembro – arranca, na TVI, a 2ª edição do ‘Big Brother dos Famosos’.

2003

16 de Fevereiro – estreia, na RTP, a versão portuguesa de ‘Operação Triunfo’, produzida pela Gestmusic e apresentada por Catarina Furtado.

20 de Maio - projecto de Lei da Televisão é aprovado pelo Governo.

31 de Agosto – estreia, na TVI, mais uma edição do ‘Big Brother’.

5 de Setembro – estreia, na SIC, de ‘Ídolos’.

28 de Setembro – estreia, na RTP, a segunda edição da ‘Operação Triunfo’.

27 de Outubro – estreia, na TVI, ‘O Diário da Manhã’, um magazine que vai para o ar das 7h30 às 10h00 e que é apresentado por Júlia Pinheiro e Henrique Garcia.

6 Bibliografia

Aladro, Eva (2000) ‘De la telenovela à la televigilancia. ‘Gran Hermano’ y la nueva era del perspectivismo relacional en la televisión’ *Cuadernos de Información y Comunicación*, nº 5, Universidade Complutense de Madrid.

Bueno, Gustavo (2002) *Telebasura y Democracia*, Barcelona: Grupo Zeta.

Blanco Sampedro, Víctor (2003) ‘La McTele como industria de identidades lucrativas y de consumo. Análisis de Gran Hermano y Operación Triunfo’ in Blanco Sampedro, Víctor (ed) *La Pantalla de las identidades*: Icaria.

Debray, Régis (1994) *Vie et mort de l’ Image*: Gallimard.

- Eco, Umberto (1993) *Viagens Na Irrealidade Quotidiana*: Difel
- Jost, François (2001) *La Télévision du Quotidien: entre réalité et fiction*, Bruxelles: De Boeck Université.
- Jost, François (2002) *L'Empire du Loft*: La Dispute.
- Lopes, Felisbela (2000) 'O Panorama Audiovisual Português: o passado recente e o futuro próximo'. 4º Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação, S. Vicente, Brasil, 19-22 de Abril.
- Lopes, Felisbela (2001) 'As políticas, as estratégias e as táticas do *prime-time* do PAP', I Congresso Ibérico de Comunicação, Málaga, Espanha, 7-9 de Maio.
- Lopes, Felisbela (2004) 'Big Brother: um género que mapeou a informação televisiva', II Congresso Ibérico de Comunicação, Universidade da Beira Interior, 23-24 de Abril.
- Maffesoli, Michel (2003). *Entre o bem e o mal: compêndio de subversão pós-moderna*: Edições Piaget.
- Martinez Albertos, José-Luis (1999) 'El Periodismo en el siglo XXI: mas allá del rumor y por encima del caos', *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 5.
- Martins, Margarida (2003) 'Ética e Informação na TVI', Tese de Mestrado apresentada na Universidade Católica (texto policopiado)
- Pinto, Manuel (dir) (2000) *A Comunicação em Portugal: 1995-1999 – cronologia e leitura de tendências*, Coleção Comunicação e Sociedade: Universidade do Minho.
- Rey Morató, Javier (1998) *El naufragio del periodismo en la era de la television*, Madrid: Fragua.
- Tisseron, Serge (2002) *L'intimité surexposée*: Ed. Ramsay.
- Torres, Eduardo Cintra (2002) *Reality Shows: ritos de passagem da sociedade do espectáculo*, Coimbra: Minerva

Veron, Eliseo (2001) '*Les publics entre production et réception: problèmes pour une théorie de la reconnaissance*', Conferências da Arrábida, 27 a 31 de Agosto (texto policopiado).

Deliberações da Alta Autoridade para a Comunicação Social

24 de Outubro de 2000

16 de Maio de 2001

1 de Fevereiro de 2003

Artigos publicados em jornais

Azinheira, Nuno (2002) 'Dono da TVI assume que canal faz 'informação tablóide'', texto da 'Agência Lusa' in *Público* (08-04-2002).

Cardoso, Gustavo (2001). 'Os novos gladiadores televisivos'. *Público* (19-05-2001).

Chaparro, Manuel Carlos (2001) "O Bar' não é um caso de ética, mas de impunidade', *Ribatejo* (24-05-2001).

Cunha, Patrícia M & Brito, Paula (2001) 'Televisões - Regulação: Pacto entre canais à espera até dia 19', *Diário Económico* (08-06-2001).

Eduardo Cintra Torres (2002) 'Plano de Mestre para descaracterizar a TV', *Público* (10-06-2002).

Dias Felner, Ricardo (2000) 'Quando o Big Brother bate Mário Soares', *Público* (11-11-2000).

Fernandes, José Manuel Fernandes (2001) 'Abjecção Absoluta', *Público* (17-05-2001).

Francisco, Susete (2001) 'O melhor ano de sempre', *Diário de Notícias* (17-01-2001).

Francisco, Susete (2001) 'Expulsões' nos bastidores', *Diário de Notícias* (26-05-2001).

- Lima, José António (2001) 'Esta televisão prejudica gravemente a saúde', *Expresso*, edição *on-line* (17-05-2001).
- Lima, Pedro; Rodrigues, Sofia (2001) 'A PT está a subsidiar a SIC', *Público*, suplemento de Economia (29-01-2001).
- Lopes, Maria (2001) 'Ediberto sai em guerra aberta', *Público* (26- 05- 2001).
- Lopes, Maria (2001) 'Auto-regulação da TV já tem acordo', *Público* (19- 09- 2001).
- Lourenço, Eunice (2001) 'Violação da Privacidade: SIC pode ser suspensa', *Público* (17-05-2001).
- Madrinha, Fernando (2001) 'A Televisão será o espelho do país?', *Expresso* (19-05-2001).
- Margato, Dina & Girão, João (2001) 'Soldadinho de chumbo', *Jornal de Notícias* (30-06-2001).
- Monteiro, Henrique & Santos, Nicolau (2001) 'Entrevista a Francisco Pinto Balsemão', *Expresso* (02-06-2001).
- Paquete de Oliveira (2000) 'A Força de um pontapé', *Jornal de Notícias* (21-10-2000).
- Pacheco Pereira, José (2001) 'Por que razão se sabe tão pouco sobre o Big Brother?', *Público* (04- 04- 2001).
- Rodrigues, Sofia (2000) 'Mais 'novela real'', *Público* (03- 11- 2000).
- Santos Silva, Augusto (2000) 'O Vale Tudo no "Prime-Time"', *Expresso* (28-10-2000).
- Vicente, António Pires (2001) 'Ninguém faz críticas aos jornalistas', *Jornal de Notícias* (08-01-2001).