

**O FESTIVAL RTP DA CANÇÃO E A PARTICIPAÇÃO DE PORTUGAL NO
FESTIVAL EUROVISÃO DA CANÇÃO NO TELEJORNAL (1969 e 2017)**

MARIA MADALENA DE OLIVEIRA VIANA GONÇALVES

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA COMO REQUISITO PARCIAL PARA A OBTENÇÃO DO
GRAU DE MESTRE EM JORNALISMO

Orientadora:

Professora Doutora Filipa Gonçalves Subtil

Professora-Adjunta, Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa

outubro 2019

DECLARAÇÃO

Declaro que este trabalho é da minha autoria, sendo uma das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo. É um trabalho original, que nunca foi submetido a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação.

Certifico ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Tenho também consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Lisboa, 25 de outubro de 2019

A candidata,

Maria Madalena Gonçalves

RESUMO

O Festival Eurovisão da Canção é considerado um dos eventos musicais mais mediáticos da Europa. Em Portugal, o Festival RTP da Canção, o concurso mais duradouro da televisão portuguesa, suscitou grande interesse e impacto no público no início da televisão em Portugal. Atualmente, as audiências e a mobilização mediática deste certame já não são da magnitude de outrora. Todavia, com a vitória de Salvador Sobral no Festival Eurovisão da Canção, em 2017, o concurso voltou novamente a ser alvo de grandes atenções por parte dos media e do público português. É sobre o Festival RTP da Canção e a participação de Portugal no Festival Eurovisão, nos espaços informativos televisivos, particularmente, o Telejornal, da RTP1, que recai a presente dissertação. Esta teve como objetivo perceber de que forma e o motivo pelo qual este concurso teve espaço no noticiário da RTP em períodos distintos da história recente de Portugal, da televisão e da forma de fazer informação em televisão. Realizou-se, assim, uma análise de conteúdo qualitativa dos telejornais e respetivas peças noticiosas sobre a temática, procedendo-se a uma comparação dos dois anos selecionados, 1969 e 2017. O estudo encontrou semelhanças do ponto de vista dos conteúdos tratados nas peças noticiosas sobre o tema, assim como no que à sua produção diz respeito. Já em termos de espaço e posicionamento no alinhamento do Telejornal foi possível verificar diferenças assinaláveis. Em 1969, o Telejornal era um espaço essencialmente dedicado à autopromoção do regime do Estado Novo e, por isso, as notícias sobre o Festival não tiveram o destaque que em 2017 lhes foi dado. Este destaque só pode ser compreendido à luz do peso que valores-notícia como excecionalidade e entretenimento têm vindo a ganhar nos espaços informativos televisivos.

Palavras-chave: Festival RTP da Canção; Festival Eurovisão da Canção; cultura de massas; jornalismo televisivo; Telejornal.

ABSTRACT

The Eurovision Song Contest is considered one of the most mediatic musical events in Europe. The RTP Song Contest, which is the longest running contest in Portugal, together with Eurovision Song Contest, triggered great interest and impact on audiences in the early days of television broadcasting in this country. Nowadays, audiences and media mobilization don't have the magnitude as before. However, the winner of the 2017 Eurovision Song Contest, Salvador Sobral, again made these two annual events the subject of great attention from the Portuguese media and public. The focus of the present dissertation is the RTP Song Contest and the Portuguese participation in Eurovision Song Contest, looking through the television information spaces, particularly the RTP1 "Telejornal". The objective is to understand the reason and in which way the contests have informative space at the main RTP news broadcast spot in two different periods of the recent History of Portugal, including the way how to make television information. Therefore, we made a qualitative content analysis of the TV news broadcasts and their news pieces based on their themes as well as on their respective production process. Then, we compared two selected years, 1969 and 2017. In what concerns themes and production process, the study achieved similarities. Nevertheless, regarding the news space and news position inside "Telejornal" alignment, we identified remarkable differences. In 1969, "Telejornal" was a space mainly dedicated to the political regime self-promotion and because of that news on the above mentioned contests didn't have the highlight given in 2017. This highlighting can only be understood taking in account the weight that news-values like exceptionality and entertainment have been gaining at television informative spaces.

Key words: RTP Song Contest; Eurovision Song Contest; mass culture; television journalism; "Telejornal".

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
1. O FESTIVAL RTP DA CANÇÃO E O FESTIVAL EUROVISÃO DA CANÇÃO COMO PRODUTOS DA INDÚSTRIA CULTURAL	4
1.1. Indústria da cultura – A visão crítica	5
1.1.2. Sobre a cultura popular e a televisão na perspetiva crítica.....	8
1.2. Sociedade e cultura de massas – A visão liberal	12
1.2.1. A cultura popular e os mass media na visão dos liberais	15
2. O JORNALISMO TELEVISIVO: O CASO PORTUGUÊS	18
2.1. O caminho da televisão	18
2.1.1. A televisão e o serviço público	25
2.2. A televisão em Portugal	27
2.2.1. Os primeiros anos de RTP	27
2.2.2. Portugal e a televisão no pós- 25 de abril.....	31
2.3. A informação televisiva	33
2.3.1. Produção de notícias em televisão	33
2.3.2. A informação na RTP durante o Estado Novo	38
2.3.3. A informação na televisão portuguesa em finais do século XX e no século XXI	42
3. ELEMENTOS PARA A HISTÓRIA DO FESTIVAL RTP DA CANÇÃO	49
3.1. O Festival RTP da Canção como fenómeno no período do Estado Novo	49
3.1.1. A necessidade de participar no Festival Eurovisão da Canção.....	49
3.1.2. Os primeiros anos: o Festival num regime autoritário	54
3.2. O Festival RTP da Canção no contexto do fim do século XX e século XXI.....	59
3.2.1. O FRTPC do pós 25 de abril à década de 1980	59
3.2.2. A descrença no FRTPC	66
3.2.3. 2017: o ano da mudança	69

4. COMO É QUE O FESTIVAL RTP DA CANÇÃO E A PARTICIPAÇÃO DE PORTUGAL NA EUROVISÃO FORAM NOTÍCIA NO TELEJORNAL DA RTP1 EM 1969 E EM 2017	73
4.1. Estratégia Metodológica	73
4.2. Apresentação e análise dos resultados	79
4.2.1. O FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC, no Telejornal, em 1969.....	79
4.2.2. O FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC, no Telejornal, em 2017.....	83
4.2.3. O Festival como notícia em 1969 e 2017: análise comparativa	89
CONCLUSÃO.....	93
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97
ANEXOS.....	104
Anexo 1 – Ficha técnica do clip noticioso “VI Grande Prémio TV da Canção Portuguesa.....	105
Anexo 2 – Ficha técnica do clip noticioso “Chegada de Simone de Oliveira a Santa Apolónia”.....	106
Anexo 3 - Categorias Temáticas dominantes no Telejornal	107
Anexo 4 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 31.03.1969 – 1ª edição.....	110
Anexo 5 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 31.03.1969 - 2ª edição.....	111
Anexo 6 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 24.02.1969 - 1ª edição.....	112
Anexo 7 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 24.02.1969 - 2ª edição.....	113
Anexo 8 – Reportagem do Telejornal da RTP1 de 24.02.1969 – “Preparativos Festival Canção TV”	114
Anexo 9 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 25.03.1969 - 1ª edição.....	115
Anexo 10 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 25.03.1969 - 2ª edição.....	116
Anexo 11 – Reportagem do Telejornal da RTP1 de 25.03.1969 – “Partida de Simone de Oliveira para Espanha”	117
Anexo 12 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 30.03.1969 - 1ª edição.....	119

Anexo 13 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 30.03.1969 - 2ª edição.....	120
Anexo 14 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 30.03.1969 - 3ª edição.....	121
Anexo 15 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 30.03.1969 - 4ª edição.....	122
Anexo 16 – Reportagem do Telejornal da RTP1 de 30.03.1969 – “Reportagem Festival Eurovisão”	123
Anexo 17 - Análise da dimensão de conteúdo das peças relativas ao FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC, no ano de 2017	125

LISTA DE ABREVIATURAS

EUA – Estados Unidos da América

FEC – Festival Eurovisão da Canção

FRTPC – Festival RTP da Canção

FSR – Festival de San Remo

PCP – Partido Comunista Português

PREC – Período Revolucionário em Curso

PS – Partido Socialista

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

TDT – Televisão Digital Terrestre

TV – Televisão

TVI – Televisão Independente

UDP – União Democrática Popular

UER – União Europeia de Radiodifusão

INTRODUÇÃO

Desde 1956, o Festival Eurovisão da Canção (FEC) é organizado e emitido a partir da União Europeia de Radiodifusão (UER) que procura criar uma programação de interesse para as audiências dos países europeus, promovendo transmissões em direto de eventos políticos, considerados social ou historicamente relevantes, assim como eventos associados ao lazer, sobretudo ao desporto, à música e à dança. O FEC tornou-se, ao longo de décadas, o mais mediatizado evento musical da Europa e um meio privilegiado de promoção de reportórios, compositores e intérpretes, o que suscitou o interesse da indústria fonográfica internacional. Em Portugal, o Festival RTP da Canção (FRTPC), o concurso mais duradouro da televisão portuguesa, teve início em 1964. Nas décadas passadas, o concurso gerou grande interesse e impacto por entreter o público e também por se tratar de uma competição que ofereceu a oportunidade de artistas, músicas e produtoras se projetarem. Nos dias de hoje, embora de formas diferentes, ainda suscita interesse no público, sobretudo, desde a vitória de Salvador Sobral no FEC 2017.

Internacionalmente, o interesse académico por este evento televisivo tem crescido nos últimos anos. O Festival Eurovisão da Canção tem sido objeto de investigação em diversas áreas de estudo como a etnomusicologia, a performance e entretenimento, o marketing cultural e nacional, a sexualidade e género e a ciência política, em particular através de análises sobre discursos identitários e nacionalismo; sistemas de voto, democracia e minorias (Raykoff e Tobin, 2007; Tragaki, 2013).

No contexto nacional, o Festival RTP da Canção apenas recentemente suscitou interesse por parte da investigação académica, nomeadamente, desde 2014, uma vez que se comemoraram os 50 anos do Festival em Portugal. Em 2017, ano histórico para este certame, uma vez que, pela primeira vez, Portugal venceu o FEC, essa atenção consolidou-se. Jorge Mangorrinha (2015; 2018) é um dos autores que mais tem investigado este concurso, dando particular ênfase à história dos diferentes Festivais da Canção realizados pela RTP, assim como procurando entender como se tem exportado a imagem nacional no FEC. De entre os vários trabalhos do autor, destaca-se a obra mais recente *Portugal 12pts*. O livro percorre a história do concurso, recorrendo para esse efeito, maioritariamente, a artigos de imprensa escrita. Também Marco Cardão (2014) estudou o FRTPC, mas com o intuito de refletir sobre a relação entre os discursos da música popular e as transformações políticas, económicas, sociais e culturais em Portugal.

Segundo Cardão (2014), as mudanças políticas são refletidas na cultura e, por conseguinte, na música. No âmbito dos estudos de etnomusicologia, destaca-se a pesquisa que tem sido desenvolvida por Sofia Vieira Lopes (2014; 2015). A investigadora tem estudado o Festival RTP da Canção a partir da musicalidade, das letras das canções e da forma como a televisão foi importante para a música portuguesa.

Em termos dos estudos televisivos, na sua vertente de jornalismo televisivo, o FRTPC não tem sido objeto de atenção. Assim, o objetivo desta dissertação centrou-se na análise do FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC enquanto notícia na televisão portuguesa, particularmente, na RTP1. Neste sentido, a pergunta de partida que orientou a pesquisa foi: Como é que o Festival RTP da Canção e a respetiva participação de Portugal no Festival Eurovisão da Canção foram notícia no Telejornal da RTP1 em 1969 e 2017? Deste modo, pretendeu-se averiguar como é que o concurso foi notícia no Telejornal da RTP1 em períodos distintos da história recente de Portugal, da televisão e da forma de fazer informação em televisão.

Tendo presente a pergunta de partida formulada, estabeleceram-se os seguintes objetivos: 1) Verificar qual o espaço que o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC ocuparam no Telejornal da RTP1 face às restantes notícias em 1969 e 2017; 2) Analisar o espaço informativo que o Telejornal da RTP1 fez ao FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC nos anos de 1969 e 2017; 3) Comparar o espaço dado ao FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC no Telejornal da RTP1 de 1969 e de 2017; 4) Entender as principais tendências do jornalismo de televisão em épocas distintas da história de Portugal e da televisão; 5) Perceber de que forma e o motivo pelo qual o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC têm espaço no Telejornal da RTP1 em épocas distintas da história de Portugal.

Para a concretização da investigação, optou-se por uma estratégia metodológica centrada na pesquisa documental. Num primeiro momento, e para o enquadramento teórico e histórico, pesquisou-se e fez-se uma leitura crítica da literatura nacional e internacional sobre o tema. Num segundo momento, procedeu-se a uma análise de conteúdo qualitativa aos telejornais e respetivas peças nas quais a temática em análise foi referida, procedendo-se a uma comparação dos dados relativos a 1969 e a 2017. Esta análise foi desenvolvida a partir de três dimensões: a dimensão formal; a dimensão do conteúdo e a dimensão da produção.

De acordo com os objetivos estabelecidos e a metodologia definida, o trabalho organizou-se em quatro capítulos. Os primeiros três capítulos procuraram apresentar uma contextualização e reflexão sobre os temas centrais da dissertação. O último capítulo incidu sobre a apresentação, análise e comparação dos resultados.

No capítulo um, refletiu-se acerca do conceito de «cultura de massas», uma vez que o Festival Eurovisão da Canção e, por conseguinte, o Festival RTP da Canção são produtos da indústria cultural transmitidos a partir de um forte agente de comunicação de massas, a televisão. Para esse efeito, foram apresentadas a perspetiva crítica (Theodor Adorno e Max Horkheimer) e a perspetiva liberal (Daniel Bell e Edward Shils).

O segundo capítulo da dissertação recaiu sobre a história, os modos, as atividades, as práticas, as técnicas e as tendências da televisão e do jornalismo neste meio, em períodos distintos da história de Portugal. Esta reflexão revelou-se pertinente, uma vez que ajudou a compreender o motivo pelo qual o Festival RTP da Canção e a respetiva participação de Portugal no Festival Eurovisão da Canção foram e continuam a ser notícia em televisão.

Incidindo o presente estudo sobre a forma como o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC foram notícia no Telejornal da RTP, ao longo do capítulo três apresentou-se o contexto histórico em que se desenvolveu este concurso, nos seus 55 anos de existência. Esta contextualização ajudou a compreender a história do Festival e as suas transformações, permitindo justificar e encontrar respostas para os objetivos do estudo desenvolvido.

No capítulo quatro, analisaram-se e compararam-se os telejornais e as respetivas peças jornalísticas sobre a temática em estudo, nos dois períodos selecionados para análise, com vista a obter respostas para a pergunta de partida formulada.

1. O FESTIVAL RTP DA CANÇÃO E O FESTIVAL EUROVISÃO DA CANÇÃO COMO PRODUTOS DA INDÚSTRIA CULTURAL

Edward B.Tylor¹ (1988) afirmou, em 1871, que cultura era um termo complexo que abrangia conhecimentos, crenças religiosas, arte, moral, ética, costumes, capacidades e hábitos adquiridos pelo ser humano enquanto membro de uma sociedade. Atualmente, a definição de cultura é considerada, de acordo com a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, “o conjunto de traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos, que caracterizam uma sociedade ou um grupo social e em que se englobam, para além das artes e das letras, os modos de vida, as formas de vida em comum, os sistemas de valores, as tradições e as crenças” (UNESCO, 2002, p. 1). No entanto, o conceito de cultura, dada a sua complexidade, nem sempre foi encarado do mesmo modo, não só do ponto de vista conceptual, mas também em termos das problemáticas que lhes estão inerentes. O conceito está em constante mudança, uma vez que todas as gerações vão acrescentando significados ao conceito inicial. Pires (2004) refere que “a transição histórica da palavra cultura com a sua riqueza semântica reflete a própria evolução da humanidade desde a sua existência rural até à urbana e contemporânea e codifica muitas das questões filosóficas fundamentais” (p. 40).

Desde o início que o termo cultura esteve associado a processos agrícolas ou hortícolas. Significava então a terra trabalhada para produzir produtos da agricultura. Com o passar dos séculos, o termo foi adquirindo outros significados e sinónimos, como desenvolvimento do espírito e civilização, estando, assim, o termo muito associado ao processo de cultivo de uma pessoa, da sua mente e educação. Ganhou, deste modo, uma afinidade com a religião e com questões da ordem da “ocupação e invasão” (Pires, 2004, p. 39). Por conseguinte, começaram a emergir por esta altura “noções de hierarquia, patentes nas expressões «uma pessoa de cultura» ou «um grupo de indivíduos cultivados», que levarão [levaram] à ideia de cultura erudita” (Pires, 2004, p. 39). A época do Renascimento, do Romantismo e do Iluminismo ajudaram a compreender a forma como hoje olhamos para o termo, ou seja, um termo altamente relacionado com as artes e as letras (crítica literária e estética). No final do século XVIII, o desenvolvimento material e técnico com a urbanização e a melhoria do sistema de comunicações

¹ Foi o primeiro professor de Antropologia na Universidade de Oxford. É considerado o responsável pelo uso da palavra «cultura» no sentido antropológico moderno. Viveu entre 1832 e 1917.

proporcionaram mudanças na sociedade e, por isso, no conceito de cultura. A sociedade altamente mecanizada e industrializada promoveu discussões em redor da qualidade estética dos objetos culturais.

É precisamente sobre a qualidade estética da arte nas sociedades mecanizadas e industrializadas, que alguns pensadores, no século XIX e XX, como os da Escola de Frankfurt, se debateram. A sociedade mecanizada e industrializada conduziu a uma cultura de massas. Este tipo de cultura caracteriza-se por ser produzida para atingir a maioria da população, tendo um forte objetivo comercial com vista a gerar produtos para o consumo. Estes produtos da indústria cultural são transmitidos a partir de fortes agentes de comunicação de massas: imprensa, rádio, televisão, cinema, entre outros.

A reflexão em torno do conceito de cultura de massas, embora encontre as suas origens no século XIX, adquire centralidade na academia a partir dos anos 20 do século XX, desenvolvendo-se a partir de duas perspetivas distintas: a perspetiva crítica, de carácter marxista, associada à teoria crítica alemã da Escola de Frankfurt, desenvolvida a partir de 1923, no Instituto de Investigações Sociais da Universidade de Frankfurt, na qual participaram pensadores como Theodor Adorno e Max Horkheimer e a perspetiva liberal, desenvolvida sobretudo na Universidade norte-americana por figuras como Paul Lazarsfeld, Daniel Bell, Edward Shils, entre outros. Na presente dissertação será dada especial atenção aos críticos Theodor Adorno e Max Horkheimer, do lado da perspetiva crítica e ênfase às considerações de Daniel Bell e Edward Shils, do lado da perspetiva liberal.

1.1. Indústria da cultura – A visão crítica

Na perspetiva crítica sobre a cultura de massas destaca-se a teoria crítica da Escola de Frankfurt, da qual sobressaem os investigadores Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse e Leo Löwenthal. Estes autores, inspirados na crítica à sociedade capitalista de Karl Marx, desenvolveram uma crítica à indústria da cultura.

A expressão indústria da cultura foi utilizada pela primeira vez no ensaio de Adorno e Horkheimer, “A Indústria da Cultura. O Iluminismo como mistificação das massas”, publicado em 1947. Os autores referem que anteriormente se definia cultura como a

criação da arte pela arte. Após a evolução tecnológica e a multiplicação de formas de produção industrial da cultura, esta tornou-se num ato comercial. Adorno e Horkheimer (2000) e Adorno (2003) consideram que a cultura de massa é como uma destruidora de arte, uma vez que a produção é em série, fabricando-se produtos padronizados, sem valor estético, apenas com valor de troca. Privilegia-se a quantidade e o valor de produção, isto é, são fabricados os produtos que mais sucesso têm e que mais vendem. Dá-se assim uma despersonalização da criação, ou seja, produz-se numa vertente de entretenimento e numa lógica de mercado, o que conduz a uma perda do valor simbólico e do espírito crítico e criativo.

O “caos cultural” é a expressão que Adorno e Horkheimer (2000) utilizaram para caracterizar a sociedade de massas do século XX. Breton e Proulx (1997) referem, relativamente aos investigadores Adorno e Horkheimer, que a indústria da cultura “oferece bens culturais cujos conteúdos se caracterizam pelo seu valor espetacular e padronização, pela repetição e a pseudo-individualidade” (p. 162). Produzem-se para massas, produtos (música, filmes, telenovelas) cujo conteúdo é repetitivo e de baixa qualidade.

Geralmente, o público estranha e recusa os produtos que são novidade ou diferentes da norma. A sociedade de massas tem dificuldade em aceitar a novidade e, frequentemente, apenas se satisfaz com os produtos que está habituada a consumir. O novo causa estranheza e “tudo o que surge é submetido a um estigma tão profundo que, por fim, nada aparece que já não traga antecipadamente as marcas do jargão sabido, e, à primeira vista, não se demonstre aprovado e reconhecido” (Adorno e Horkheimer, 2000, p. 176).

Os críticos consideram que os produtos apresentados às massas são fabricados de modo a diverti-las. Por essa razão, produzem-se conteúdos de rápida perceção. A linguagem utilizada nos produtos da indústria da cultura é controlada e estrategicamente pensada para o público que a consome. Utiliza-se, por isso, uma linguagem quotidiana que não apele à reflexão crítica. As massas procuram satisfazer-se e fugir da realidade e, por essas razões, desfrutar dos produtos da indústria da cultura

não deve exigir esforço algum, daí que deva caminhar estreitamente no âmbito das associações habituais. O espetador não deve trabalhar com a própria cabeça; o produto prescreve qualquer reação: não pelo seu contexto objetivo – que desaparece tão logo se dirige à faculdade pensante – mas por meio de sinais. Toda a conexão lógica que exija alento intelectual é escrupulosamente evitada (Adorno e Horkheimer, 2000, p. 185).

Adorno e Horkheimer (2000) mostraram-se convictos de que a indústria da cultura não trata o público como seres pensantes, mas como seres passivos que se submetem e aceitam aquilo que a indústria impõe. Desta forma, “a libertação prometida pelo *amusement* é a do pensamento como negação” (Adorno e Horkheimer, 2000, p. 192).

Comunicar e produzir conteúdos de baixa qualidade e a baixos custos para as grandes massas é o negócio das indústrias. Todo o produto fabricado, que não seja um sucesso no mercado, deve ser retirado do mesmo para que não se gere uma crise em termos financeiros na indústria. Capitalismo é aquilo de que se alimenta a indústria da cultura (Adorno e Horkheimer, 2000; Adorno, 2003).

Neste sentido, a arte está circunscrita aos interesses das indústrias e do mercado, sobretudo nos países economicamente mais desenvolvidos. Tudo é produto da cultura, a arte maior e a arte menor, o que, segundo Adorno (2003) é desvantajoso. Os produtos da indústria da cultura não representam “uma nova arte de responsabilização moral, mas sim exortações no sentido de obedecer ao que tem por detrás de si os mais poderosos interesses” (Adorno, 2003, p. 105).

Deste modo, a indústria da cultura contribui, segundo os teóricos, para a regressão da razão. Baseia-se na dominação e na subordinação absoluta e reduz o ser humano a um objeto cujo fim é meramente instrumental. Perde-se a capacidade de emancipação e os gostos da maioria sobrepõem-se aos gostos particulares de cada um. O que importa são os gostos gerais (Adorno e Horkheimer, 2000; Adorno, 2003).

As posições críticas de Adorno e Horkheimer desenvolveram-se numa época em que a cultura foi bastante utilizada para conseguir a adesão das massas. A transformação da cultura em mercadoria constituiu-se como “um meio de total submissão dos seres humanos a uma lógica instrumental cujo paralelo na esfera política é [foi] a forma da ditadura totalitária” (Ribeiro, 2003, p. 11).

António Sousa Ribeiro (2003), especialista português na teoria crítica, considera que Theodor Adorno tem uma conceção de obra de arte própria, a qual vive da sua individualidade e tem linguagens próprias, não podendo ser reduzida à mera atividade mercantil e capitalista. No contexto da indústria da cultura, o espetador é visto como um consumidor que consome o que lhe é imposto, sem questionar.

Os mecanismos da produção cultural de massas surgem como uma forma de regressão correspondente ao atrofiar irremediável da autonomia do sujeito e, assim, à perda de toda a perspectiva emancipatória. Do que se trata é do «emudecer das pessoas», da «morte da linguagem como expressão», da «incapacidade de comunicar», como traços fundamentais da situação moderna (Ribeiro, 2003, p. 8).

Ribeiro (2003) refere ainda que a maior crítica feita à indústria da cultura é que a mesma está a conduzir a um “abismo intransponível”. Esta impede a formação de indivíduos autónomos e independentes, capazes de avaliar com consciência e de tomar decisões (Adorno e Horkheimer, 2000; Adorno, 2003). Segundo Adorno (2003), “a atitude que a indústria da cultura promove é tudo menos inócua” (p. 105).

1.1.2. Sobre a cultura popular e a televisão na perspectiva crítica

Os críticos da sociedade de massas e da cultura de massas não consideram que toda a arte do século XX esteja ao mesmo nível. Para os críticos de Frankfurt, arte é um conceito que se distancia de cultura popular. Leo Lowenthal (1971) defende que os produtos artísticos ao longo do século XX começaram a “ser substituídos por fenómenos de cultura popular, que não são senão uma reprodução manipulada da realidade tal como é” (p. 215). Os produtos desta arte “folclórica” são, para o autor, padronizados, estereotipados, conservadores, falsos e manipuladores. Os meios para transmitir esta cultura oferecem quase somente “divertimento e distração – que, definitivamente, favorecem a fuga de uma realidade insuportável” (p. 226). A rádio, o cinema, os jornais e a televisão apresentam-se ao consumidor como “modelos para o modo de viver das massas e uma expressão da sua efetiva maneira de viver” (p. 227).

Inserida no campo abrangente da indústria da cultura está a televisão, um meio que resulta da combinação simplista do filme e da rádio. Este poderoso *media* “diverge do filme no sentido que, à semelhança da rádio, atende ao consumidor ao domicílio” (Adorno, 1987, p. 347). A televisão é um meio que entra na casa do público e, por essas razões, é um meio muito próximo (Adorno, 1987; Adorno e Horkheimer, 2000).

Através da imagem, a televisão capta a consciência do público apresentando-lhe uma realidade induzida que é imposta e declarada como a realidade perfeita e adequada que deve ser seguida e aprovada por todos. A fronteira entre a realidade e a imagem

transmitida é esbatida. Os espetadores, segundo os críticos de Frankfurt, deixam que a televisão domine a sua consciência. Socorrendo-se da publicidade, os *mass media*, e em particular, no caso, a televisão, sugere ao público o que este deve desejar. Os consumidores aceitam esta realidade sem fazer exigências e sem se aperceber de que estão a sujeitar-se aos interesses do mercado. A televisão entra, deste modo, na lógica comercial, submetendo-se à lei da procura-oferta (Adorno, 1987; Eco, 1991; Adorno e Horkheimen, 2000). Desta forma, os consumidores de televisão são enganados, aceitando o que lhes é transmitido para se defenderem da consciência de que estão a ser enganados, sendo “provável que só aplaudam com tanta força a razão que lhes é servida por se precisarem de defender desse facto enquanto não tiverem outra coisa” (Adorno, 2003, p. 179).

Para um público heterógeno, a televisão produz e exhibe conteúdos com base numa “média de gostos”, evitando transmitir programas que exijam muito esforço mental por parte das massas. De igual modo, procuram produzir-se programas que agradem a um grande número de pessoas, no mais curto espaço de tempo possível (Adorno, 1987).

Segundo Adorno e Horkheimer (2000), todos os telespetadores são sujeitos autoritariamente a visionar os idênticos programas impostos pelas várias estações. Estes programas baseiam-se no excêntrico e no espetacular. Os programas caça talentos, as competições diante do microfone ou as manifestações que são completamente domesticadas por quem produz são alguns dos exemplos.

Os produtos da cultura superior são praticamente inexistentes neste meio de comunicação. Os que existem são apresentados de forma superficial, de modo a não provocar esforço e perda de espetadores. Tudo é transmitido da forma mais simples possível, utilizando-se um discurso redundante (Adorno e Horkheimer, 2000).

Adorno (2003) refere que a programação nas televisões deveria ser outra, uma vez que é de fraca qualidade, e devia chegar a todos os públicos, uma vez que existem públicos diferentes com vontades distintas. Existe um público geral, composto essencialmente por indivíduos débeis, que não são capazes de emitir juízos e que se sentem confortáveis, submetendo-se a uma televisão de qualidade débil que não chega a todos os públicos. Existe também um público que não se sente satisfeito com aquilo que é apresentado, no entanto, sendo uma minoria, dificilmente poderá assistir a uma televisão de qualidade,

uma vez que os programas transmitidos são feitos para a maioria. No entanto, o público tem de ser entendido na sua globalidade e, por isso, não se pode satisfazer apenas a vontade de alguns. É necessário satisfazer as necessidades de todos e emitir programas de qualidade, capazes de chegar e satisfazer o maior número possível de telespetadores, atendendo à sua diversidade. O autor considera a aposta na educação uma solução para ultrapassar todas as debilidades e conseguir uma televisão de qualidade para todos. O público deve ser educado no sentido de querer produtos e uma televisão com qualidade. Essa decisão tem de partir de si, tem de partir do “eu débil”². É necessário que o ensino seja plural, diversificado, aberto, que incentive a discussão de assuntos e não se limite a apresentar situações como se fossem verdades absolutas. É necessário ensinar e educar as pessoas para estes aspetos, para que abandonem o “eu débil”. Deste modo, o público conseguirá emitir juízos de valor e a televisão poderá atender aos interesses de todos os públicos, não satisfazendo apenas um único (a maioria que se submete ao que a televisão passa mesmo não concordando).

Se todos forem educados para terem a capacidade de dizer não a um determinado programa, dizer não a “toda a espécie de vigarice que leva as pessoas a comportarem-se como tolos” (Adorno, 2000, p. 178), os programas de má qualidade serão modificados e passarão a existir outros de qualidade. De igual modo, o autor sugere que se constituam organizações televisivas que apostem em programas que incentivem o espírito crítico. Tais organizações deveriam ter especialistas com sentido crítico que mostrassem ao público aquilo que a indústria não lhes oferece: a possibilidade de apreenderem e apreciarem aquilo que é verdadeiramente bom/correto. Teriam também de ser capazes de ir mais além do que aquilo que é proposto pela vanguarda, ou seja, ser capazes de desenvolver as suas próprias ideias e transmiti-las (Adorno, 2003).

Todavia, identificar aquilo que tem ou não qualidade é subjetivo e depende dos gostos. Os gostos diferem de pessoa para pessoa e o conceito de qualidade também não é igual. Revela-se difícil definir a qualidade de um produto e criar critérios para verificar, de modo evidente, a qualidade do mesmo - “Esta objeção provém do relativismo mal-intencionado

² “Aquele que encontra o seu maior conforto em submeter-se” (Adorno, 2003, p. 175). O público encontra o seu conforto e faz as suas escolhas baseando-se em escolhas que alguém fez por ele, submetendo-se e conformando-se com essa situação. O público não emite qualquer juízo.

que garante que essa objetividade é ela mesma apenas um produto da imaginação e está dependente das contingências do gosto” (Adorno, 2003, p. 177).

Para Adorno (2003), a decisão de identificar um produto de qualidade depende de categorias mediadoras. A televisão só teria qualidade se fosse produzida por indivíduos que tivessem a capacidade de se afastar das suas próprias ideias e gostos e que se adaptassem e soubessem aceitar que existem gostos diferentes. Estes deveriam ser “capazes de se entregarem integralmente, sem preconceito e sem reserva, às leis imanentes e à coerência interna das obras” (Adorno, 2000, p. 177). O entendimento médio da realidade social e cultural não é suficiente e apenas ultrapassando o mediano e exigindo isso dos responsáveis pelas produções televisivas, é possível produzir televisão com qualidade.

Apesar de todas as críticas feitas pelo autor a este meio de comunicação, Adorno (1987) não tem dúvidas de que a televisão é um poderoso agente de comunicação que chega a milhões de pessoas e que junto das mesmas supera qualquer outro interesse, sobretudo junto de crianças e jovens.

No que respeita à música, em particular a música ligeira, os discursos dos teóricos de Frankfurt não são muito diferentes: as músicas, tal como a restante cultura popular têm todas os mesmos traços. Para os críticos, o público é acostumado a ouvir sempre a mesma música e, desta forma, consegue-se adivinhar desde os primeiros acordes a continuação da melodia (Adorno e Horkheimer, 2000).

O público do século XX e XXI pode ter o que quiser para ver e ouvir. Os produtos produzidos e transmitidos pelos *mass media* “são feitos para o entretenimento e para os tempos livres, são estudados para empenharem apenas o nível superficial da nossa atenção” (Eco, 1991, p. 59). Os *mass media* apresentam-se como

instrumento educativo típico de uma sociedade de inspiração paternalista, à superfície individualista e democrática, substancialmente tendente a produzir modelos humanos heterodirigidos. Observados mais profundamente parecem uma típica «superestrutura de um regime capitalista» usada para fins de controlo e de planificação forçada das consciências. Com efeito colocam aparentemente à disposição os produtos da cultura superior mas esvaziados da ideologia e da crítica que os animava (Eco, 1991, p. 60).

1.2. Sociedade e cultura de massas – A visão liberal

Gilber Seldes, Daniel Bell, Edward Shils, Eric Larrabee e Georges Friedmann foram alguns dos pensadores que prosseguiram o debate em torno do conceito de cultura de massas, contudo numa perspectiva mais liberal e integradora do conceito.

Para estes autores, a cultura não é vista necessariamente como um produto comercial, mas sim como um produto que nasce numa sociedade industrial que consome meios de comunicação de massa. A cultura é, assim, consumida por todos e não apenas pelas elites. Estes meios transmitem variados conteúdos, nos quais todos os produtos criados e transmitidos devem ser considerados válidos e contribuir para esbater as diferenças sociais. Não concordam, portanto, com os críticos que afirmam que a experiência cultural através dos media é superficial e desnaturada (Shils, 1971; Bell, 1971; Eco, 1991; Breton e Proulx, 1987).

Segundo Shils (1971) e Bell (1971), desde o fim da Primeira Guerra Mundial que a sociedade conhece uma nova ordem: a sociedade de massa. Esta sociedade foi bastante criticada por parte de aristocratas e contestatários que viram a «sociedade de massas» como a sociedade contemporânea, altamente mecanizada.

Bell (1971) é um dos autores da crítica à sociedade de massas que apela para o facto de que é através da sociedade e de uma cultura de massas que o indivíduo de uma sociedade conhece milhares de pessoas e pertence a vários grupos sociais. Bell (1971) acrescenta que, com a multiplicação dos meios de comunicação, o indivíduo é capaz de se relacionar e interagir com outros grupos de pessoas:

com a multiplicação dos meios de comunicação de massas, a ampliação da vida política e as novas noções geográficas, a enorme publicidade acordada a expoentes do mundo do espetáculo e às personagens públicas, o número de pessoas de cuja existência estamos ao corrente é representado por uma íngreme curva em ascensional (p. 23).

A sociedade de massa, para Shils (1971) e Bell (1971) é, portanto, um conceito que compreende todos os indivíduos de uma determinada unidade social e não apenas as elites. Por essas razões, Shils (1971) considerou que a sociedade de massas é libertadora, permitindo que cada indivíduo, independentemente das suas condições sociais tenha

oportunidade de trabalhar as suas capacidades intelectuais e morais. Além disso, para Shils (1971), a sociedade de massas permite que

porções mais amplas da população têm aprendido [aprendam], conscientemente, a apreciar os prazeres da vista, do ouvido, do gosto, do tato e do convívio. As pessoas executam mais livremente escolhas em muitas esferas da vida; escolhas que não brotam necessariamente da tradição, da autoridade ou da necessidade (pp. 155-156).

Na mesma linha de argumentação, Bell (1971) considera que a sociedade de massa é uma sociedade mais democrática e nivelada, uma vez que “o estilo de vida, as normas e os valores, os desejos, o acesso aos privilégios, a cultura, que foram propriedade exclusiva de uma elite, pertencem agora a todos” (p. 26). Pertencer a uma sociedade significa também que se tem o direito e a oportunidade de “escolher; escolher os legisladores, escolher uma profissão, escolher onde viver, escolher os próprios amigos, escolher o que se pode comprar” (p. 27). Neste sentido, torna-se possível o acesso e o direito de se manifestar no que se refere ao conhecimento, à cultura, à política, às artes ou a qualquer setor da vida em sociedade.

Shils (1971) propõe uma distinção entre cultura brutal³, cultura medíocre⁴ e cultura superior⁵. Segundo o autor, “a maior diferença entre os três níveis de cultura, além da qualidade intrínseca, é a enorme disparidade da riqueza de repertório à disposição de qualquer sociedade num dado momento” (pp. 158-159). Refere ainda que desde que a cultura passou a estar à disposição de todos, o consumo de cultura cresceu, nomeadamente cultura brutal e medíocre, embora o consumo de cultura superior também tenha crescido.

³ Neste tipo de cultura, segundo Shils (1971) “a elaboração simbólica é de ordem mais elementar. A este nível, alguns dos géneros são idênticos aos da cultura medíocre e refinada (representações pictóricas e plásticas, música, poemas, romances e contos), mas incluem também jogos, espetáculos (como os de pugilismo e as corridas de cavalos) e ações mais diretamente expressivas com um conteúdo simbólico mínimo. A profundidade e a penetração é quase sempre descurada, a subtileza falta quase completamente, e constitui uma característica comum a geral rudeza de sensibilidade e de percepção” (p. 158).

⁴ Para Shils (1971), é um tipo de cultura que “não satisfaz os critérios empregados para julgar as obras da cultura superior; é mais reprodutiva; exprime-se, ordinariamente, nos mesmos géneros relativamente novos, que não foram ainda plenamente incorporados na cultura superior, como a comédia musical” (Shils, 1971, p. 158).

⁵ “O repertório da cultura superior inclui as grandes obras no campo da poesia, do romance da filosofia, da teoria e da pesquisa científica, da escultura, da pintura, das composições e das execuções musicais, das obras e das representações teatrais, da história, das análises económicas, sociais e políticas, da arquitetura e do artesanato. Distingue-se das outras dado os problemas com os quais se ocupa, atuando sempre com coerência e penetração nas percepções que faz e com subtileza e abundância nos sentimentos expressos. Valorizam a verdade e a beleza das obras da cultura” (Shils, 1971, p. 158).

A cultura medíocre e brutal tem, para o autor, muito valor para as massas da sociedade contemporânea:

Possui frequentemente, elementos de convívio genuíno, talvez nem subtis nem profundos, mas genuínos na medida em que são espontâneos e honestos. Muitas vezes oferece autêntico divertimento. Além disso, é muito seriamente, embora simplesmente, moral. A cultura medíocre também tem as suas tradições; muitos dramas e muitos contos que deliciam o vulgo, têm uma longa história, ignorada por aqueles que os narram e gozam com eles. Como tudo o que é tradicional, exprimem qualquer coisa de essencial à vida humana e aboli-los significaria abolir a sabedoria acumulada pelos homens comuns, a arte que tem criado, o esforço para enfrentar as misérias da existência, as suas quotidianas liturgias e os seus modestos prazeres (p. 161).

Já a cultura superior é vista como um perigo, acima de tudo porque não é uma cultura capaz de chegar a toda a massa da sociedade. Os consumidores e produtores de cultura superior negam as tradições e a arte medíocre e brutal pelo que independentemente do que “digam, ou creiam, ou descubram, deve, por força, gerar uma tensão” (Shils, 1971, p. 174). Deste modo, Shils (1971) refere que se deve considerar e alargar o campo da cultura a toda a gama de atividades artísticas e intelectuais de modo a evitar tais tensões. A cultura é um campo muito abrangente podendo assumir múltiplas formas.

Para os liberais, a cultura de massas nasce numa sociedade de tipo industrial, na qual todos os cidadãos participam com direitos iguais. Através dos meios de comunicação de massas difundem-se grandes quantidades de produtos culturais a preços baixos. Esta cultura, ao contrário daquilo que os críticos da Escola de Frankfurt defendem, não veio ocupar o lugar da cultura superior. Os críticos afirmam que a cultura é alimentada pelos interesses económicos da indústria. No entanto, Shils (1971) argumenta que apesar de poder existir, por vezes, interesses nos processos de produção de cultura, isso não invalida e danifica a cultura superior. Acrescenta ainda que existe possibilidade de a cultura superior encontrar espaço nos meios de comunicação de massas. A criatividade deve continuar a ser trabalhada para a produção de conteúdos de cultura superior, mesmo que para os meios de comunicação ditos menos tradicionais (televisão, cinema). Shils (1971) considera que “não há motivo para que os intelectuais devessem [devam] perder os seus dotes, só porque escrevem para um público incapaz de alcançar o seu nível habitual” (p. 176).

Bell (1971) atenta que os críticos da cultura de massas põe o problema como «tudo ou nada» procurando

penetrar até à «essência» platónica da sociedade moderna, descobrir qualquer princípio dominante único – «o juízo dos não qualificados», ou «está-se destruindo a cultura para a substituir pelo divertimento» - que define, por si só, o carácter da sociedade de massa (p. 44).

Shils (1971) e Bell (1971) não têm dúvidas que a sociedade de massas cria maiores diversidades, variedades e experiências geográficas, políticas e culturais ao homem comum da sociedade moderna. A liberdade de consumir e de poder escolher o que consumir é mais seletiva do que nunca.

1.2.1. A cultura popular e os *mass media* na visão dos liberais

A perspetiva liberal considera que foi a cultura popular que permitiu que uma série de possibilidades e ideias chegassem a todos e não apenas a alguns. De igual modo, foi através da cultura popular e dos *mass media*, como agente de transmissão e divulgação de conteúdos culturais, que houve um crescimento exponencial de consumo.

A partir de metade do século XX, a cultura e os «assuntos» de interesse foram difundidos e colocados à disposição de todos, sobretudo na sociedade norte americana. O espetador contemporâneo pode, hoje, conhecer, estudar, explorar, visitar os lugares, os artistas, os estilos e as obras que mais o inspiram (Shils, 1971; Bell, 1971).

A televisão, a rádio, o cinema e as revistas especializadas foram, no decorrer do século XX, os mentores da conduta e os principais motores de distribuição de imagens, ideias e possibilidades de diversão para as massas (Shils, 1971; Bell, 1971). Os liberais consideram que estes meios “oferecem um acervo de informações e de dados acerca do universo sem sugerir critérios de discriminação” (Eco, 1991, p. 66). Além disso, ensinam o indivíduo a gostar de arte.

Os conteúdos transmitidos pelos *mass media* devem, para os liberais, ser tão heterogéneos como o público a que se dirigem e utilizar um conjunto de novas linguagens e esquemas. Trata-se “de uma renovação estilística que tem muitas vezes repercussões constantes no plano das artes ditas superiores, promovendo o seu desenvolvimento” (Eco, 1991, p. 67).

Shils (1971) e Bell (1971) defendem que a arte de qualidade superior, embora possa ser escassa, está mais difundida do que nos séculos passados e, por isso, há possibilidade de vários públicos a consumirem. Assim sendo, não há motivo para os críticos e analistas da cultura popular considerarem que esta venha a ocupar o lugar da alta cultura.

Segundo Shils (1971), na sociedade contemporânea, o maior número de consumidores de cultura superior são os intelectuais, isto é, “aqueles cujas ocupações exigem uma preparação e, na prática a aplicação de elevadas capacidades intelectuais” (p. 164), como professores, escritores, artistas, médicos, advogados, entre outros. Fora deste grupo de intelectuais, “onde se encontra o maior número, os consumidores de cultura superior são poucos e espalhados. Esta situação, provavelmente nunca foi diferente, tão-pouco nos períodos em que os da Igreja eram os senhores das belas-artes” (Shils, 1971, p. 164). Para as classes médias,

o consumo dos géneros tradicionais de cultura superior não é abundante. Periódicos populares, romances *bests-sellers*, livros políticos de interesse passageiro, poesia inferior, obras exemplares de teologia e de edificação moral e biografias – eis o que constituía e constitui ainda, o grosso do seu consumo. Em tempos mais recentes, o filme e a rádio e, mais recentemente ainda, a televisão, têm fornecido a substância do seu consumo cultural (Shils, 1971, p. 165).

Shils (1971) ainda considera a classe trabalhadora industrial e a população rural. Esta pouca ou nenhuma cultura superior consome. A maior parte da cultura que consome “que é transmitida pelos «meios de massa» é brutal – filmes e espetáculos televisivos de tipo policial, livreiros baratos dedicados à violência, literatura pornográfica oral e impressa, e a cultura do mundo desportivo” (Shils, 1971, p. 166).

Porém, a cultura destas massas não lhes chega apenas através dos media. Segundo Shils (1971), a cultura religiosa, regional e de classe (passada pela família, amigos ou instituições) continua a ser uma forma de transmissão e consumo de cultura.

À semelhança do que os críticos de Frankfurt referem, os maiores consumidores de cultura a partir dos *mass media* são os jovens. Shils (1971) refere que a maior parte da cultura consumida pelos jovens é de níveis inferiores. A música popular, os filmes de consumo, a literatura periódica e a dança é produzida para a juventude e por esta consumida – “ainda não enredada nas responsabilidades familiares e cívicas, e senhora

de muito tempo livre e de poder de aquisição, a juventude constitui um público ávido e cómodo que atrai a atenção dos *mass media*” (p. 167).

2. O JORNALISMO TELEVISIVO: O CASO PORTUGUÊS

2.1. O caminho da televisão

A televisão a que assistimos atualmente tem já poucas semelhanças com a televisão dos anos 50. Este dispositivo, que alia som e imagem no qual se podem reproduzir conteúdos ao vivo, começou por ser pensado numa lógica de serviço público, na Europa, mantendo sempre uma lógica comercial nos Estados Unidos da América (EUA). Os primeiros programas de televisão “foram colhidos na rádio: charlas, conversa, música, teatro, variedades, concursos, notícias, serviços religiosos” (Torres, 2018, p. 10). As estações de comboio, os cafés e os espaços públicos eram os locais escolhidos pela população para assistir à televisão. Como refere Pierre Bourdieu (2005) “a televisão dos anos 50 queria-se cultural e servia-se de algum modo do seu monopólio para impor todos os produtos com pretensões culturais (...) e formar os gostos do grande público” (p. 50). Deste modo, acreditou-se que seria possível colocar à disposição do público, um serviço pedagógico que, ao mesmo tempo, entretinha os espetadores, sendo que o mais beneficiado seria o público de classes económicas mais baixas, uma vez que conseguiam ter acesso a conteúdos culturais a partir de casa. A esta primeira etapa da televisão, Umberto Eco (1991) chamou de Paleotelevisão. Segundo o pensador italiano, neste período havia um tipo de comunicação em que se notava uma separação de papéis a nível de hierarquia entre os detentores de saber: os apresentadores e pivôs, que comunicavam e os recetores, os telespectadores, que aprendiam. A televisão tinha como principal objetivo a transmissão de saberes.

Entre os anos 80 e 90, o monopólio televisivo termina, sobretudo na Europa, começando a era da concorrência: surgiram as primeiras estações de televisão privadas devido ao desgaste da televisão pública e como forma de afastar a televisão da política (Wolton, 1994). Na leitura de Bourdieu (2005), a televisão dos anos 90 procurou explorar e satisfazer os gostos do público com vista a ser possível alcançar o maior número de audiências possível, oferecendo ao público produtos em bruto. O paradigma era o *talk-show* e cenas do quotidiano da vida das pessoas. A população passou a poder participar nos programas, fomentando de certa forma, “uma espécie de voyeurismo e de exibicionismo” (p. 50). Brandão (2002) comenta a reflexão de Bourdieu (2005) acerca da televisão dos anos 90, transpondo-a para o novo milénio, mas referindo que atualmente esta tendência é ainda mais notória, uma vez que

se no âmbito do «monopólio da televisão pública, os programas eram definidos em função de três objetivos comunicacionais: «educar, informar e distrair», com as televisões privadas e a guerra das audiências o conteúdo da televisão, em termos de oferta, e a própria relação com o público passaram a «distrair, informar e educar», ou seja, como refere Jean-Jacques Jespers, passamos para um lema que poderia ser «distrair, convencer, vender» devido à forte penetração da concorrência pelas televisões privadas, em que a «função económica se sobrepõe à função social», gerando uma dinâmica que procura «substituir os monopólios de Estado por monopólios privados (p. 8).

De uma lógica de serviço público pedagógico e que era, simultaneamente, um meio de entretenimento, passou-se para uma lógica de «rentabilidade» com vista a gerar a satisfação do público, de modo a obter o máximo de audiência e, por conseguinte, anunciantes. Esta diferença marca a entrada na fase da Neotelevisão, segundo a designação proposta por Eco (1991). Esta é a fase que vivemos atualmente. Não interessa o conteúdo transmitido na televisão, mas sim a existência de imagens. A televisão transmite a realidade social e o espetador torna-se o protagonista. Não há fronteiras entre o privado e o público. Quebram-se as fronteiras entre o formal e o informal, a informação, o lazer e o saber.

A chegada dos canais por cabo marcou um novo período da história da televisão, o que se traduziu numa maior oferta para o público. O aumento da oferta fragmentou a audiência pelos diversos canais. A audiência dos canais temáticos tem aumentado ano após ano, contudo, os canais generalistas⁶ atraem um maior número de espetadores, uma vez que criam conteúdos capazes de agregar um maior número de pessoas.

A era digital, particularmente a fase final do século XX e início do século XXI, marca um novo período da história da televisão. A TV pode agora ser assistida em múltiplos meios e equipamentos (Internet, TDT, 3G e 4G). Atualmente, é possível a “unificação das

⁶ Segundo Wolton (1994), a televisão generalista (pública ou privada) é a única que “liga informação e programas, esses dois grandes géneros que estão na origem do êxito da televisão e que são também dois grandes aspetos da realidade: o mundo objetivo, histórico, e o mundo dos lazes e da distração. A presença, num mesmo canal, em diferentes horas do dia, desses géneros diferentes desempenha um papel evidente de unidade social e cultural, mesmo se os telespetadores não têm diretamente consciência disso (...) Pelo contrário, a televisão temática ou fracionada desfaz esta mistura quotidiana e introduz uma desproporção, ou a favor da informação, ou a favor de uma parte dos programas (desportos, filmes...) fazendo sentir no espetador que ele vê imagens cuja mistura nunca atingirá a heterogeneidade sabidamente composta no seio de uma programação, heterogeneidade ela própria homóloga ao real (...) A principal força da televisão generalista continua a ser o seu registo: ela dirige-se a toda a gente, constituindo um dos vínculos sociais das sociedades individualistas de massas, nas quais as oportunidades de participar simultaneamente e livremente em atividades coletivas são muito menos numerosas do que aquilo que se julga” (pp. 128-130)

linguagens técnicas de todos os meios escritos, orais e visuais numa só, permitindo a presença de todos os tipos de conteúdos em qualquer meio e o seu acesso e criação também pelos utilizadores” (Torres, 2018, pp. 12-13). A esta fase da televisão, Scolari (2008), tendo em consideração as ideias de Verón (2001), deu o nome de hipertelevisão. A hipertelevisão é considerada por Scolari (2008) como a terceira fase da televisão ou a fase dos *reality-shows*, uma fase marcada pela potencialização da digitalização e tecnologias, sendo cada pessoa considerada um objeto da própria transformação tecnológica, convidada a interagir, a participar e a produzir conteúdos televisivos. Nesta fase, a experiência de ver televisão tornou-se «hipertextual».

Ao longo dos anos, a televisão tem vindo a conquistar terreno, ainda que, atualmente, na era da digitalização, tenha vindo a enfrentar vários desafios, de forma a adaptar-se aos novos tempos. Este dispositivo tem um código técnico-cultural-ideológico com uma linguagem e conteúdos próprios. Torres (2011; 2018) apresentou doze características da linguagem televisiva e referiu que a mesma depende e permite caracterizar um certo período da história da televisão e, de igual modo, tornar o dispositivo atraente para as massas.

A primeira característica que o autor realça é que a televisão pode ser um dispositivo que apresenta os seus conteúdos ao vivo, o que permite diminuir a distância com o público, ao mesmo tempo que oferece a possibilidade de interação. Esta característica fez nascer uma outra, cada vez mais comum nos nossos dias, o «ao vivo gravado». A «alocução em público ou o trato público», a «linguagem verbal e não-verbal» e a «ênfase emocional» são outras das características do código da linguagem em televisão. A comunicação oral (comunicação participativa, com diálogos, repetições, improviso e circularidade nas narrativas) sobrepõe-se à cultura da escrita na televisão, que promove a solidão, a reflexão, o raciocínio, a linearidade da argumentação e o pensamento analítico. Estas características da cultura da oralidade *versus* a cultura da escrita “são fundamentais para entender que a TV teria de ser como é e não como alguns gostariam que fosse, mais argumentativa, racionalista, reflexiva, fria, etc.” (Torres, 2018, p. 29). A cultura da oralidade completa-se com a visualidade, pois esta confirma-a e mostra-a. Esta última apresenta mais custos de produção do que a oralidade, na TV, e neste sentido, a grande maioria da comunicação assenta na oralidade, nomeadamente na conversa. Esta oralidade televisiva e audiovisual complementa-se com uma escrita breve, em títulos, rodapés e legendas (Torres, 2011; 2018).

A personalização é outro código recorrentemente utilizado neste *medium*. O protagonismo de qualquer programa não delibera no assunto que está a ser tratado, mas sim no “ator” que lhe está inerente. O processo de personalização é mais visível na política: a televisão tem contribuído “decisivamente para o fim das ideologias, da política programática, para a alteração do processo político e partidário (Torres, 2018, p. 32). Torres (2011; 2018) aponta ainda o defeito como linguagem característica deste meio, sendo, cada vez mais, resultado da sociedade que procura constantemente o direto e o presente. Assiste-se a uma comunicação imperfeita com enganos ao vivo, erros nos rodapés e imagens tremidas. Os vídeos amadores dos espetadores ganham destaque e a “imperfeição tornou-se sinónimo de «verdade»” (Torres, 2018, p. 33). A comunicação «eventificada» é outra das linguagens da televisão de hoje, uma vez que tudo se torna num evento e num convite à efervescência do conjunto:

muitos eventos exteriores à TV são transmitidos; e, à falta de eventos exteriores, criam-se eventos próprios, como as «galas» dos *reality game shows* (...) dezenas de programas são apresentados com público em estúdio (...) de modo a criar excitação resultante das palmas a pedido e da comoção desse público, com a resultante comoção vivida à distância pelo espetador, partilhando emoções e efervescência com esse público pago” (Torres, 2018, pp. 33-34).

A décima característica que Torres (2011; 2018) aponta diz respeito à diversidade de géneros que é possível encontrar. A décima primeira aborda a questão da segmentação dos programas, o que permite captar mais a atenção do público. O último «código» indicado pelo autor aborda a originalidade de conteúdos próprios, mesmo quando têm origem noutros meios, como os noticiários, os concursos e as novelas” (Torres, 2018, p. 35).

A televisão generalista, pública ou privada, e a televisão por cabo ou temática, preocupam-se em desenhar a sua estratégia de programação com base no público que a segue e de acordo com os conteúdos que pretende transmitir. Acontece que hoje, nomeadamente no que diz respeito à televisão generalista, são as audiências de um canal que determinam a oferta de certos tipos de programas. Os programas e os seus conteúdos são escolhidos de acordo com aquilo que a maioria da audiência consome, para assim gerar mais lucros. As televisões de final do século XX e do século XXI procuram o dramatismo, o sensacionalismo, fazem do quotidiano um espetáculo permanente, exibem emoções e constroem conteúdos a partir da dor, da miséria e do prazer. A televisão é desenhada e explorada a partir dos afetos e da intimidade em detrimento da reflexão. Os interesses, as

expectativas e os principais gostos dos telespetadores não importam. O que importa para as televisões públicas e privadas é saber os níveis de audiência que um determinado programa ou momento de televisão atingiu para, a partir daí, ser possível concluir se é vantajoso dar continuidade ao mesmo. Deste modo, a televisão está a encarar a audiência como mercado em detrimento da audiência como público. Os telespetadores são vistos não como cidadãos que pretendem obter conhecimento a partir da televisão, mas como consumidores e mercadoria, uma vez que uma maior audiência conduz a mais mensagens e receitas com a publicidade para a estação de televisão. O mercado da televisão está, pois, dominado pela audimetria, que é vista como o único instrumento capaz de avaliar a recetividade de um programa (Wolton, 1994; Cádima, 1999, 2006; Santos, 2000; Bourdieu, 2005; Fernandes, 2001; Brandão, 2002; 2005; 2010; Torres, 2011; 2018).

Brandão (2002) afirma que “estamos perante uma televisão que funciona como espelho do que se julga ser o gosto do público, ou seja, de um ponto de vista estritamente comercial, quanto mais gente se vir ao espelho, melhor” (p. 11), tal como referiram, a propósito de uma outra época da televisão, os pensadores da designada Teoria Crítica da Escola de Frankfurt, mencionados no capítulo anterior. As estações procuram satisfazer os gostos de um público generalizado, deixando de lado os gostos particulares e das minorias. As massas adaptam-se e aceitam o que é transmitido, não havendo lugar para a imaginação e o potencial intelectual que o dispositivo pode proporcionar (Eco, 1991; Wolton, 1994) Neste sentido, para além dos conteúdos transmitidos na televisão serem escolhidos com base no gosto popular, eles são também escolhidos face à competição de audiências entre as estações, o que conduz à transmissão e à competição de programas de baixa qualidade gerando maus hábitos nos consumidores (Santos, 2000).

Brandão (2002; 2005; 2010) refere ainda que grande parte dos canais generalistas oferecem o mesmo tipo de programas, o que demonstra que a estratégia de cada estação é delineada em função daquilo que a concorrência transmite. Deste modo, todos os canais transmitem conteúdos semelhantes em horário idêntico, o que se traduz numa “crescente uniformização do panorama audiovisual generalista” e numa “standardização da oferta, sobretudo ao nível do *prime time*” (Brandão, 2002, p. 32). É igualmente possível verificar na programação das estações generalistas, a presença de conteúdos vistos sempre como entretenimento. Segundo Brandão (2005; 2010) não se distingue a barreira entre o privado e o público.

Face à conjuntura do panorama atual em relação à televisão generalista, revela-se necessária a diversificação dos seus conteúdos. Brandão (2005) defende que a aposta na programação televisiva pode passar por ter programas populares, que possuam “uma maior envolvente criativa, de inovação e de bom gosto e onde a qualidade seja decisiva, sabendo esperar se, de imediato, as audiências não corresponderem ao desejado” (p. 64). Torres (2016), argumenta que é necessário uma televisão de interesse público, com conteúdos concretos que melhorem a qualidade da cidadania. A questão que se coloca, abordada por Adorno e Horkheimer (2000), é a questão da definição da qualidade. Adorno e Horkheimer (2000) referem que definir qualidade é subjetivo e está dependente das contingências do gosto. Torres (2001; 2013), afirma que é possível avaliar a qualidade de todo o tipo de programas em televisão, desde os mais populares aos mais eruditos. Segundo Jullier (2002) citado por Torres (2013)

É necessário que se defina, sem dramas, a qualidade dos programas populares com base no que eles são verdadeiramente, no que dizem e no que mostram, e não apenas com base no critério de juízo dos homens políticos, dos profissionais e das audiências. Trata-se de um trabalho que deve ser primeiramente realizado por aqueles que estudam a televisão. É preciso apoiar-se nas características propriamente ditas do texto e dividir a análise segundo o que podemos chamar, como sugere Laurent Jullier, os «critérios objetivos de coerência, de edificação vista como um misto de visibilidade e de complexidade e de originalidade» (pp. 319-320).

À semelhança daquilo que também os teóricos de Frankfurt defendem, a educação poderá ser a chave para combater o modelo de televisão, visto por muitos autores, como de má qualidade. Freixo (2002) defende que a televisão e a educação são áreas complementares. Para o autor, é necessária uma televisão que assente nos interesses gerais dos cidadãos e não nos interesses gerais do mercado. Deste modo, o autor refere que é preciso educar para o uso da televisão, de forma a ter telespetadores conscientes, críticos, ativos e capazes de escolherem aquilo que pretendem visionar. De igual modo, é também necessário educar através da televisão, transmitindo conteúdos formativos e educativos, isto porque este dispositivo é um enorme agente de socialização capaz de transmitir muita informação e conhecimento aos cidadãos. Importa, no entanto, que as estações de televisão saibam escolher e transmitir os conteúdos para que os mesmos não sejam todos iguais.

Atualmente, a televisão generalista, com programas idênticos e no mesmo horário, tem vindo a perder importância e audiência em todo o mundo. Junto das gerações mais novas,

a televisão como media não é a primeira escolha. O cabo também tem vindo a perder assinantes, ainda que em Portugal essa realidade ainda não seja tão acentuada como nos EUA. As plataformas como o Google, o Facebook, o Youtube e a Netflix, por exemplo, pelo contrário, aumentam as audiências, ao ponto de no espaço de uma hora conseguirem mais visualizações que um programa de televisão. Hoje, o público procura conteúdos concretos que podem ser consumidos em qualquer tipo de equipamento. Dada a multiplicidade de canais, plataformas e possibilidades que o espetador tem de escolher o que quer consumir, as marcas e instituições perdem a importância e as audiências são fragmentadas e difusas (Torres, 2011; 2016; 2018). Deste modo, prevalece uma questão no campo dos Estudos Televisivos:

o que é hoje a TV, se ela se fragmenta, espartilha, se não tem uma técnica exclusiva, se os espetadores fazem o que querem dela, se somos ou podemos ser produtores de conteúdos, se o próprio conceito de «canal» - um dos seus fundamentos - se esvai pela Internet, por plataforma só na *web*, se os «canais» se repartem entre generalistas e temáticos e se abandonam a sua ontologia e vendem pela net conteúdos isolados do seu *stock*, como a CBS, supassumo da TV generalista, e a HBO, supassumo da TV por cabo?” (Torres, 2018, p. 16).

Katz e Scannell (2009); Tay e Graeme (2011); Gripsrud (2012) e são alguns dos autores que têm discutido o possível fim da televisão e para onde esta caminha. Os referidos autores defendem que a televisão não está a morrer, mas sim a mudar. No entanto, até ao momento, nenhum destes autores tem trabalhos publicados no âmbito dos Estudos Televisivos que pareçam resolver a questão central a abordar: “o que é essencial na definição da TV hoje?” As três áreas dos Estudos Televisivos assentam nas instituições, conteúdos e audiências. No entanto, para Torres (2018) “a tríade instituições-conteúdos audiências precisa de uma afinação. Permanecendo centrais, instituições e audiências deixaram de estar ao mesmo nível dos conteúdos” (Torres, 2018, p. 17). O autor considera que a dimensão institucional (empresas, governos, parlamentos) continua a assumir uma faceta de grande importância, uma vez que interferem com a criação de conteúdos. Contudo, os indivíduos têm vindo a ganhar uma maior liberdade de escolha, interação e também de criação de conteúdos.

Para Torres (2011; 2016; 2018), a televisão não morreu, o que entrou no período de decadência foi a televisão generalista e o enquadramento institucional a que estamos habituados a chamar de televisão. No entanto, a televisão hoje não se resume a um conjunto de canais e sistemas, mas trabalha em complementaridade com outras

plataformas. A televisão são “conteúdos que reconhecemos como televisão, quer os contactemos num televisor, num SmartTV, num telemóvel, num tablete, num computador, ou em qualquer outro ecrã” (Torres, 2016, p. 38). Tais conteúdos podem ser encontrados em canais, mas também nas redes sociais, em páginas da *Internet*, nos jornais, blogues ou outro tipo de plataformas. Para Torres (2016), a definição de televisão contemporânea tem na base a sua linguagem e não a sua origem institucional.

Deste modo, Torres (2016; 2018) considera que não faz qualquer sentido apostar em canais quando o público do século XXI consome conteúdos concretos e isolados e não programas de continuidade (ou de fluxo). O desafio da televisão do presente está em saber adaptar-se às novas plataformas, produzindo programas, independentemente do género⁷, diferenciadores, criativos, educativos, cultos, com informação alternativa, entretenimento e que sirva o cidadão espetador nas suas capacidades cognitivas, informativas e de conhecimento (Torres, 2011; 2016; 2018).

Outra questão que tem fomentado a discussão no campo dos Estudos Televisivos é a questão da medição das audiências atualmente, uma vez que o modelo de audimetria se baseia ainda numa amostra instalada nos lares. De acordo com Torres (2018), o “negócio da audimetria não consegue, não quer ou não mede a audiência fora do lar; nem a audiência noutros equipamentos que não televisores” (p. 20). O autor afirma que já é possível medir as audiências nesta nova realidade, mas “os donos dos negócios atrasam o seu conhecimento, pois pode ser-lhes gravoso: cada ponto a menos na audimetria representa menos receitas” (p. 21).

2.1.1. A televisão e o serviço público

Como referido no ponto anterior, o modelo de televisão tem vindo a sofrer alterações ao longo dos tempos. No entanto, o serviço público de televisão desempenha, ainda antes da II Guerra Mundial, “um papel de indiscutível importância cultural, social, económica e mesmo política, não apenas no âmbito dos media, mas também nas próprias sociedades contemporâneas” (Carvalho, 2009, p. 7). Nos anos 50, na Europa, acreditava-se que o novo dispositivo para as massas era uma ótima ferramenta para educar, informar e

⁷ Segundo Torres (2018), os programas inserem-se em três grandes géneros: a esfera da realidade, como as notícias; a esfera da ficção, como as séries; a esfera do jogo, como o desporto; podem, porém, «misturar» elementos de duas ou três esferas).

entreter. Foi essencialmente um instrumento a que os Estados autoritários recorreram para manipular os seus cidadãos. Assim, estava nas mãos do poder político orientar o seu fim. Nos EUA, a visão em relação à televisão era distinta: primeiro entreter e só depois informar e educar. A televisão nunca pertenceu exclusivamente ao Estado, mas a grandes empresas do país e, por isso, a visão comercial e do lucro esteve sempre muito presente (Torres, 2011, 2018). Blumler (1993) apontou seis características que distinguem a televisão pública da Europa do modelo televisivo dos EUA: ampla cobertura, aplicação legislativa do contrato de concessão, diversidade e pluralismo, vocação cultural, relações com a política e carácter não comercial.

Colocando o foco no caso europeu, no qual se insere Portugal, é possível identificar três épocas distintas do serviço público de televisão: era do monopólio, fim do período monopolista, que significou a era da concorrência, e era digital. De igual modo, é possível verificar que o modelo europeu de televisão apresenta um conjunto de características comuns, embora seja possível detetar algumas experiências diferenciadoras entre países, devido ao contexto histórico, político, económico e cultural de cada um. O modelo de governação e o modelo financeiro de cada país também tem influência no tipo de serviço público de televisão prestado. Idealmente, o modelo europeu de serviço público de televisão deve caracterizar-se pela qualidade e diversidade da programação que apresenta, pelo seu conteúdo diferente relativamente à concorrência, pela capacidade para agradar a vários públicos e não apenas as maiorias, pela universalidade das emissões e pela isenção e multiplicidade dos seus conteúdos informativos (Carvalho, 2009). Estes princípios derivam dos documentos fundadores e estruturadores dos operadores nacionais, mas também dos aprovados por entidades europeias, tendo em consideração o consenso existente entre as principais famílias políticas. Neste modelo europeu

figurariam igualmente, entre outras, a forma de financiamento dos operadores através de uma taxa, inicialmente sobre a venda de recetores, mais tarde baseada no contributo das famílias, e apenas secundariamente na emissão de publicidade comercial, um modelo de governação que assegure a sua independência face ao poder político e, mais recentemente, o quadro definidor do seu papel na era digital (Carvalho, 2009, pp. 7-8).

O serviço público visa satisfazer uma necessidade que precisa de ser atendida, afirmando-se como uma alternativa às televisões privadas no que concerne aos seus conteúdos. Apesar da existência de televisões privadas, a televisão pública deve garantir o pluralismo

que, por diversas vezes, é esquecido pela televisão privada, que aposta fortemente em programas para massas. A televisão pública deve investir na multiplicidade e diversidade de programas, afastando-se da produção de conteúdos semelhantes aos das estações privadas.

De uma forma geral, é possível constatar que o serviço público de televisão deve garantir, além da programação plural e diversa, a língua e a cultura, deve defender a cidadania e fomentar a identidade nacional. Simultaneamente, deve promover a integração de todos os indivíduos, grupos e comunidades, apostando na formação, informação e entretenimento. A qualidade deve ser sempre determinante. Deve ainda ser um espaço global, integrador, universal, referencial, alternativo e inovador, dirigido a todos os públicos, nomeadamente as minorias, não tendo como principal objetivo a maximização dos lucros (Cádima, 1999; 2006; Lopes, 1999; Brandão, 2002; 2005; 2010; Carvalho, 2009; Torres, 2011). Deste modo, a televisão deve abrir os microfones e criar programas “para todas as partes em litígio com a máxima diversificação de protagonistas, incluindo os minoritários” (Lopes, 1999, pp. 66-67).

2.2. A televisão em Portugal

2.2.1. Os primeiros anos de RTP

Marcello Caetano, ministro da Presidência do regime de Salazar entre 1955 e 1958, foi o responsável e impulsionador do lançamento do serviço público de televisão em Portugal. Marcello Caetano considerou que Portugal estava a atrasar-se em relação aos restantes países da Europa na implementação da TV, o que o motivou a ser o promotor deste novo media no nosso país. Desde cedo, o Ministro da Presidência percebeu que a televisão seria um excelente instrumento para o governo se tornar popular. Assim, Marcello Caetano foi o responsável por tratar de todas as questões legais e estratégicas do novo serviço público (Cádima, 1996; 2010a; Teves, 2007).

Primeiramente, o então Ministro da Presidência definiu a constituição jurídica (sociedade anónima de responsabilidade limitada) e o esquema de distribuição do capital entre o Estado e os acionistas (emissoras privadas e bancos). Marcello pretendia criar um sistema de economia mista para a empresa televisiva, na qual dois terços do capital social da empresa seria privado, no entanto, o Governo tinha poderes de controlo social total sobre

a política da empresa (Cádima, 1996; Teves, 2007; Carvalho, 2009; Cardoso e Telo, 2010a). Deste modo, seriam fundadores da RTP o Estado e um conjunto de nove operadores de rádio. Apesar da participação minoritária do Estado no capital da RTP, isso não foi impedimento para a influência do mesmo no quotidiano da empresa. Tal sucedia devido “ao conjunto das normas que regulavam a estrutura e a atividade da empresa, e dos poderes de nomeação, fiscalização e orientação atribuídos ao Governo” (Carvalho, 2009, p. 37). Acontecia igualmente devido ao contexto político vivenciado naquele período, nomeadamente o controlo à comunicação social e a censura prévia.

O contrato de concessão reforçava a ideia de que a concessionária deveria transmitir programas de elevada qualidade. Os mesmos deveriam satisfazer as necessidades do público. De igual modo, os programas deveriam assumir um carácter educativo, recreativo, cultural e informativo, de acordo com os princípios morais e sociais instituídos pelo regime político do país (Carvalho, 2009).

No dia do ato de aprovação do contrato de serviço público de televisão português – a RTP - (16 de janeiro de 1956), Marcello Caetano salientou o objetivo principal que pretendia com o novo serviço de media:

a televisão é um instrumento de ação, benéfico ou maléfico, consoante o critério que presidir à sua utilização. O Governo espera que os dirigentes do novo serviço público saibam fazer desse instrumento um meio de elevação moral e cultural do povo português (Marcello Caetano, 1956 citado por Cádima, 1996, p. 29).

As emissões experimentais da RTP iniciaram-se a 4 de setembro de 1956, na Feira Popular de Lisboa e decorreram até 30 de setembro. Foram 24 emissões com um total de 50 horas de emissão, com exceção de emissão às quartas-feiras para descanso dos colaboradores e revisão do equipamento. O alinhamento de programas apresentados a todos os portugueses pretendia “«informar, educar e recrear» ainda que de forma distorcida e impositiva, como aconteceria aliás ao longo de toda a autarcia televisiva do salazarismo e do caetanismo” (Cádima, 1996, p. 32).

A propósito do início das emissões da RTP, Marcello Caetano referiu que a programação televisiva devia ser digna de Portugal (da sua história, patriotismo, tradições e crenças) e, ao mesmo tempo, devia ser um espaço que permitisse a elevação cultural, artística e espiritual dos portugueses. Manuel Figueira (filiado na União Nacional) e Miguel de

Araújo (homem da Igreja e da confiança do regime) foram os primeiros dois nomes que se destacaram nas chefias da estação. À semelhança destes rostos marcantes na RTP, os restantes funcionários da estação televisiva foram recrutados das estruturas do governo, sobretudo na União Nacional e na Mocidade Portuguesa. Oficialmente, as emissões regulares da RTP tiveram início a 7 de março de 1957, às 21h30 (Cádima, 1996 e Teves, 2007).

Ao longo de 17 anos (1957-1974), a RTP foi um meio de comunicação essencial para garantir a legitimidade e a longevidade do regime. O novo dispositivo técnico caracterizou-se pelo formalismo, protocolo e a agenda do Estado, seguindo de perto os principais atores políticos e os seus desempenhos mediáticos. Através dos programas transmitidos, a TV procurou «informar», educar e promover os valores e ideais do regime. A televisão foi vista e utilizada sobretudo como uma arma propagandística (Cádima, 1996; 2010a).

Durante o período salazarista e marcelista, todos os programas foram sujeitos a uma fiscalização prévia. Na ordem de serviço n.º3, de 18 de abril de 1957, é possível verificar o regulamento acerca dos programas permitidos. Tal documento foi aprovado pelo Conselho de Administração da Empresa. De igual modo, é possível verificar no n.º26 do mesmo documento a aplicação da censura nos media em geral, e em particular na televisão:

A comissão de Exame e Classificação dos Espetáculos não poderá autorizar o licenciamento de filmes, peças de teatro ou quaisquer outros elementos de espetáculos ofensivos dos órgãos de soberania nacional, das instituições vigentes, dos chefes de Estado ou dos representantes diplomáticos de países estrangeiros, das crenças religiosas e da moral cristã tradicional, dos bons costumes e das pessoas particulares, ou que incitem ao crime ou sejam, por qualquer outra forma, perniciosas à educação do povo (Cádima, 1996, pp. 46-47).

O dia 5 de junho de 1957 marcou o início da presença de Marcello Caetano nas emissões da RTP. O tema abordado na sua estreia televisiva foi o décimo aniversário do Plano Marshall. No discurso, o Ministro da Presidência reforçava a ideia de que o Estado português não precisava do auxílio dos EUA (Cádima, 1996; 2010a e Teves, 2007). Marcello, “qual «delfim» determinado a recuperar o tempo perdido, grande adepto da «personalidade do poder», seguramente já consciente dos efeitos políticos do novo media, e sobretudo crente no predomínio dos fatores irracionais na formação da opinião pública” (Cádima, 1996, p. 35), na primeira fase das emissões regulares representava o regime no

ecrã televisivo. Oliveira Salazar pouco aparecia na TV. Tal afastamento devia-se, essencialmente, às “suas múltiplas fobias de tecnologia, inovação, público, publicidade, etc., mas aparentemente, pelo seu óbvio desconhecimento das «virtualidades instrumentais» do novo meio” (Cádima, 1996, p. 36).

Das poucas «aparições» do Presidente do Conselho, destacam-se as receções oficiais, nomeadamente a receção à Rainha Isabel II, a despedida no Aeroporto de Craveiro Lopes aquando a sua viagem ao Brasil ou as eleições para a VII legislatura e respetiva sessão inaugural (Cádima, 1996). Ao contrário do que acontecia com outros regimes autoritários na Europa, a televisão em Portugal, segundo Cádima (1996; 2010a), não assumiu um carácter profundamente propagandístico, uma vez que não promoveu de forma acentuada o culto da imagem, e no âmbito mais geral o culto de personalidade. No entanto, a ausência de Salazar deste dispositivo técnico não invalidou o seguimento de uma clara estratégia de instrumentalização por parte do regime na comunicação pública.

Ao contrário de Salazar, Caetano, ainda durante o período em que ocupava o cargo de Ministro da Presidência, tinha uma visão utilitarista e instrumentalista do novo media, afastando-se de outros media para construir e moldar a opinião pública. Já como Presidente do Conselho de Ministros, a partir de 1968, foi Ramiro Valadão que delineou a estratégia de Caetano na televisão. O programa de comentário político *Conversas em Família* surgiu em 1969 com o objetivo de comunicar de forma próxima com o povo português, ao mesmo tempo que se desmistificavam certos boatos que pudessem surgir acerca do regime. Segundo Cádima (1996),

o poder e a omnipresença mediática de Marcello Caetano, o seu «saber fazer», que vinha já dos tempos em que havia sido ministro da Presidência, a regularidade com que passa agora, numa altura de maior crise, a surgir no pequeno ecrã, a recorrência das temáticas, sempre centradas na questão essencial para o regime – que é a defesa das «províncias e da política ultramarina», passam a ser assim os temas determinantes dos nossos tempos políticos que se viria a verificar estarem a ser falsamente interpretados – e guardados -, como sendo tempos de «abertura» (pp. 222-223).

Junto do público, a televisão foi muito bem recebida, a sua importância foi crescendo e a percentagem do território abrangido pela mesma também aumentou. Segundo Teves (2007) e Carvalho (2009), em 1958, o número de televisores registados aumentou em média dois mil em cada mês. Cerca de 60% da população recebeu a televisão em 44% do território português. No início da década de 60, existiam 47372 televisores registados, no

entanto, o número de televisores registados não correspondia ao número de telespetadores, uma vez que, à semelhança do que ocorria nos restantes países, a televisão era visionada, a maior parte das vezes, em locais públicos. A partir de meados dos anos 60, a generalidade dos portugueses começou a adquirir o seu próprio aparelho, pagando a respetiva taxa de televisão. Em 1966, de acordo com Relatório e Contas da RTP, as emissões da estação eram assistidas por cerca de 89,5% da população. Em 1972, foi inaugurada a RTP Madeira. Já aos Açores, a RTP chegou apenas depois do 25 de abril de 74. Ao ultramar, as emissões da RTP começaram no ano de 1973. Deste modo, ano após ano, “a televisão tornara-se indiscutivelmente o mais influente meio de comunicação. Nas conversas do dia-a-dia, RTP confunde-se com televisão, já que todos veem a mesma programação” (Carvalho, 2009, p. 38).

2.2.2. Portugal e a televisão no pós- 25 de abril

Portugal não é alheio às transformações ocorridas no panorama televisivo das últimas décadas. Junto dos portugueses, ainda hoje, a televisão exerce uma grande influência.

Depois de mais de vinte anos, nos quais a RTP foi detentora do monopólio da televisão em Portugal, no pós-25 de abril, particularmente na década de 80, começaram a ser discutidas novas formas de regulação do audiovisual com vista a preparar a chegada da televisão privada. Deste modo, nos anos 90, surgiram as operadoras comerciais: SIC (Sociedade Independente de Comunicação) e TVI (Televisão Independente). A partir de então, a RTP deixou de ser a televisão mais vista pelos portugueses e, por isso, a menos lucrativa do ponto de vista comercial, isto porque, a RTP esteve sempre na disputa da publicidade por decisão dos sucessivos governos (Fernandes, 2001; Cádima, 2006).

É consensual para os críticos e investigadores da televisão portuguesa que a mesma move-se pelo consumismo desenfreado e pela fraca qualidade. Os programas promovem o espetáculo da violência, o escândalo, o sensacionalismo, a violência e o sexo. A maior parte da programação das estações generalistas portuguesas colocam o público a expor os seus problemas, explorando as emoções com vista à obtenção de lucros. A audiência, o custo e a imagem são critérios de seleção de um programa nas generalistas. A grelha de programação obedece aos critérios económicos. A vertente do espetáculo e da comercialização caracterizam fundamentalmente as escolhas de programação nas duas estações privadas generalistas portuguesas. A RTP procura articular a componente

cultural e pedagógica com a comercial, tendo vindo a verificar-se, no entanto, cada vez mais semelhanças nos seus conteúdos com os conteúdos das estações privadas. A luta pelas audiências é o objetivo de todas as estações e, por isso, no lugar dos profissionais criativos de televisão operam os diretores comerciais e publicitários. A estratégia comercial é, assim, implementada em todas as estações, incluindo na televisão do Estado. A problemática em torno do serviço público de televisão gera algumas discussões, uma vez que a RTP tem uma grande dependência da publicidade e da concorrência com os outros canais (Fernandes, 2001; Cádima, 2006; 2011; Torres, 2011; 2018).

Fernandes (2001) considera que, face às leis do mercado e da publicidade, os programas realizados em Portugal e a respetiva programação de cada uma das estações generalistas são homogêneas e rotineiras com o objetivo de fidelizar o grande público. Apesar da investigação de Fernandes (2001) remeter para os primeiros anos de televisão em Portugal com estações privadas, a mesma mantém-se bastante atual, uma vez que de segunda a sexta-feira são emitidos sempre os mesmos programas no mesmo horário. Fernandes (2001) seguiu a tipologia proposta por Dominique Mehl (1996) para caracterizar a grelha de programação das estações de televisão generalistas em Portugal. A autora concluiu que a RTP1, SIC e TVI apresentam uma programação federativa uma vez que cada faixa horária tem um objetivo e destina-se a um determinado público. Atualmente, analisando as grelhas de programação destas três generalistas é possível verificar que a aposta recai em programas de ficção, seguida de informação. Os mesmos são exibidos sempre no mesmo horário, em todas as estações. Já a RTP2, apresenta uma programação compósita visto que o objetivo não é a procura de público, mas a coerência dos programas, verificando-se particularidades de visionamento segundo as horas (as manhãs são destinadas às mulheres e as noites aos intelectuais).

As produções apresentadas aos portugueses são essencialmente de fluxo, de estúdio e os géneros híbridos (*reality shows* e concursos) (Cádima, 1999; Torres, 2018). Segundo Torres (2018), a RTP, uma empresa que tem de se diferenciar porque se trata de um serviço público, tem implementada “uma estratégia virada para dentro, para a empresa, operadora de canais, obcecada com programas de fluxo e sem programas de *stock* relevantes” (p. 41). Resultado desta estratégia e, igualmente, da multiplicação de entidades e emissores que urgem hoje e da facilidade de entrada de novos *players* no mercado, sobretudo com o advento das novas tecnologias, verifica-se uma quebra acentuada das audiências, não só da RTP (que vem a perder telespetadores desde o

surgimento das estações privadas), mas também da SIC e TVI. As audiências hoje estão mais dispersas e fragmentadas. O espectador tem mais liberdade de escolha nos conteúdos que quer visionar, o que conduziu à perda de importância das generalistas. Segundo Torres (2018), os “quatro generalistas portugueses já agregam metade da audiência. A outra metade divide-se por cabo, vídeo, jogos digitais e outras alternativas, como conteúdos na *Internet*, incluindo de TV, e redes sociais digitais” (p. 19). A par disto, as generalistas enfrentam outro problema, sobretudo a RTP, que já vem de há muito tempo: o aumento da irrelevância social, cultural e política. Os conteúdos oferecidos não são distintos, educativos, cultos, informativos e de entretenimento, nem servem o público em diversos domínios, nomeadamente cognitivos e informativos. Pelo contrário, procura-se “fazer conteúdos concorrenciais com os privados, idênticos – e, portanto, inúteis em termos de serviço público ou mesmo contrários ao serviço público, sem contar com o desperdício do financiamento do operador do Estado” (Torres, 2018, p. 41).

Apesar disto, a televisão portuguesa tem sabido adaptar-se aos novos tempos, não se limitando a emitir programas no pequeno ecrã. Todas as estações de televisão portuguesas estão hoje presentes em várias plataformas digitais, produzindo conteúdos nos mesmos. A RTP foi a primeira das empresas a nível europeu a desenvolver um projeto em tecnologia digital – o projeto RTP para a TeleExpo (o canal da Expo 98). Posteriormente, mais mudanças tecnológicas dos meios e sistemas de produção e emissão foram realizados, assim como a aposta na presença em múltiplas plataformas (Carvalho, 2009). A par disso, a RTP criou canais temáticos, como a RTP3 ou a RTP Memória, que hoje estão em sinal aberto na plataforma de televisão digital terrestre (TDT).

2.3. A informação televisiva

2.3.1. Produção de notícias em televisão

O jornalismo e o seu principal produto, as notícias, são o primeiro fornecedor de conhecimento sobre os acontecimentos de interesse público. Os jornalistas cobrem, selecionam e divulgam notícias sobre temas considerados de interesse ou importância para os indivíduos que constituem a estrutura social. As notícias ajudam cada indivíduo a construir a imagem da sociedade (Tuchman, 1978). Resultam de uma interação “entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação, os jornalistas e a sociedade, os

membros da comunidade profissional, dentro e fora da sua organização ” (Traquina, 2004, p. 186).

A prática jornalística é a interpretação da realidade, uma vez que os jornalistas observam os acontecimentos e relatam-nos, transformando-os em factos públicos socialmente relevantes. Para Traquina (1999), “as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a perceção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (p. 169). Os acontecimentos são a matéria-prima que será, posteriormente, selecionada e tratada, consoante se considere pertinente o seu conhecimento público ou se julgue “ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, numa palavra – noticiável” (p. 169). Neste sentido, pode afirmar-se que os media noticiosos possuem uma importante responsabilidade social, uma vez que são os principais mediadores entre o mundo e os indivíduos, contribuindo para a formação de uma opinião pública esclarecida. Brandão (2005; 2010) considera que a televisão, nomeadamente a informação televisiva, dada a sua influência, representação e visibilidade, contribui decisivamente para a perceção que o público tem do mundo.

Para a seleção das temáticas e temas a apresentar ao público, os jornalistas recorrem a rotinas de trabalho. As rotinas jornalísticas têm influência na informação disponibilizada e na interpretação que o público tem da mesma. Para garantir o sucesso e o fluxo de informação constante, os jornalistas recorrem a rotinas produtivas, de modo a conseguirem organizar o seu trabalho e recolher os acontecimentos mais relevantes capazes de gerar notícias. Segundo Tuchman (1978), os jornalistas, em muito pressionados pelo tempo e também para garantir o constante fluxo de informação, tendem a recorrer sempre às mesmas fontes e canais de rotina.

Nestas rotinas, importa ter presente a figura do *gatekeeper*. Esta expressão foi enunciada pela primeira vez, em 1947, pelo psicólogo alemão Kurt Lewin, a propósito da mudança de hábitos alimentares de uma população. White (2001) [1950] transpôs este conceito para a pesquisa jornalística no sentido de compreender como são filtradas e escolhidas as notícias nas redações. White (2001) [1950] define *gatekeeper* como o jornalista que tem “a seu cargo a seleção das notícias nacionais e internacionais que aparecerão na primeira página e seu posterior desenvolvimento nas páginas interiores, bem como a sua composição” (p. 143). Deste modo, é do *gatekeeper* que depende o fluxo de informação e o impacto que a mesma tem. No entanto, processo de *gatekeeping* está dependente de

uma lógica de *newmaking*, isto é, o processo de produção de informação está dependente não só dos valores dos jornalistas, mas também das rotinas produtivas, do ambiente e da lógica organizacional. Existe um conjunto de critérios organizacionais que têm peso no processo de seleção e hierarquização de notícias, o que vai, portanto, determinar a forma como o público constrói socialmente a realidade (Galtung e Ruge, 1965 e Wolf, 1987).

Os critérios de noticiabilidade, também designados por valores-notícia, ajudam os jornalistas a perceber o que merece tratamento jornalístico. Estes critérios ou valores fazem parte da rotina de trabalho dos jornalistas. Têm sido várias as incursões teóricas de estudiosos do jornalismo no conceito de “valores-notícia”. Os valores-notícia funcionam como estratégias ou requisitos utilizados na seleção de notícias. Este conjunto de critérios ajuda na escolha dos acontecimentos que devem ter visibilidade e no destaque que os mesmos devem ter. Neste sentido, são apresentados como relevantes na determinação do conteúdo da notícia e na sua construção, ou seja, na opção pela inclusão de determinada componente de um acontecimento ou pelo relevo dado a um aspeto do acontecimento, entre outros.

Em termos de sistematização, os vários autores que estudaram os valores-notícia, como Golding e Elliot (1979), Mauro Wolf (1987) ou, na literatura nacional, Nelson Traquina (2004), identificaram-se com a listagem e os fatores que influenciam os fluxos de notícias apresentados por Jonh Galtung e Mari Ruge (1965). Para estes autores dinamarqueses existem vinte fatores: a frequência, a amplitude, a intensidade absoluta, o aumento da intensidade, a inequivocidade, a significância, a proximidade cultural, a relevância, a consonância, a «predictabilidade», a exigência, a imprevisibilidade, a «impredicabilidade», a escassez, a continuidade, a composição, a referência a nações de elite, a referência a pessoas de elite, a referência a pessoas e a referência a algo negativo. É perceptível que o imprevisto e o insólito estão entre as qualidades mais frequentemente consideradas interessantes para ser transmitidas ao grande público, especialmente se abrangerem um elevado número de indivíduos.

Também Tony Harcup e Deirdere O’Neill (2001) se dedicaram a esta problemática revisitando a proposta de Galtung e Ruge em 1965. Os autores referiram que

embora haja exceções a todas as regras, as notícias devem satisfazer a um ou a mais dos seguintes requisitos: o poder das elites: notícias sobre indivíduos poderosos, organizações ou instituições. Celebridade: notícias sobre pessoas que já são famosas. Entretenimento: notícias sobre sexo, espetáculos, humor (...). Surpresa: notícias que contenham um elemento surpresa e ou contraste. Más

notícias: notícias de tom particularmente negativo como o conflito ou tragédia. Boas notícias: notícias com um tom particularmente positivo como salvamentos ou curas. Magnitude: notícias percebidas como suficientemente significativas, em número de pessoas envolvidas, ou com potencial impacto. Relevância: notícias acerca de assuntos, grupos e nações percebidos como relevantes para audiência. Seguimento (*Follow Up*): notícias sobre assuntos que já foram abordados noutras notícias. Agenda: notícias que encaixam na agenda da organização noticiosa (Harcup e O’neill, 2001 citado por Harcup e O’Neill, 2017 p. 1471).

Atendendo à rápida evolução do ambiente sociocultural e tecnológico dos últimos anos e, em particular, com o eclodir das redes sociais, os mesmos autores voltaram a abordar, recentemente, os valores-notícia. Harcup e O’Neill (2017) procuraram mostrar que os valores-notícia mencionados em 2001 se mantêm, contudo, foram acrescentados alguns como a exclusividade (notícias disponíveis em primeira mão), o conflito (notícias como greves, discussões e guerras), os audiovisuais (notícias com recurso a imagem e áudio), a partilhabilidade ou *shareability* (notícias com tendência a gerar partilhas e comentários nas redes sociais) e o drama (notícias como resgates, acidentes ou casos de tribunal).

Apesar do conhecimento e compreensão dos referidos critérios se revelar fundamental, é importante referir que o facto de se abordar os valores-notícia, não significa que, no contexto em que conceito tem sido geralmente utilizado e aceite pelos teóricos do jornalismo, se esteja a abordar algo que confere peso e importância à notícia em si. O abordado são os valores-notícia e não o próprio valor da notícia.

Como foi possível verificar, através de várias estratégias e rotinas jornalísticas, os media selecionam os assuntos que merecem atenção do público e, ao mesmo tempo, estabelecem uma hierarquização do grau de relevância que o público lhe deve prestar. A teoria do *agenda-setting*, primeiramente enunciada por Lippmann (1992) [1927] e, posteriormente formulada e testada empiricamente por McCombs e Shaw (2017) [1972], salienta a ideia de que os meios de comunicação social produzem efeitos nas pessoas ao escolherem divulgar determinados acontecimentos em detrimento de outros. Desta forma, os media conseguem transmitir ao público quais as temáticas mais importantes da atualidade e também conseguem transmitir, através da hierarquia com que são divulgadas, quais as que possuem mais relevância.

Dearing e Rogers (1996) definem agenda como “o conjunto de temas que comunicam, de acordo com uma hierarquia de importância, num determinado momento no tempo” (p. 3). Para os autores existem três tipos de agenda. A agenda dos media que diz respeito aos

acontecimentos a que os media dão prioridade, a agenda do público que se refere à importância que o público dá em obter conhecimento sobre certos assuntos e ainda a agenda política que está relacionada com os temas e propostas dos políticos.

Segundo Mesquita (2003), “os estudos de *agenda-setting* admitem que os cidadãos constroem a sua própria «enciclopédia» de conhecimentos em função da própria seleção de dados e acontecimentos efetuada pelos media” (p. 81). Deste modo, é através dos media que o público tem perceção da realidade social e dá maior importância ou ignora determinados assuntos em detrimento de outros.

Em termos de construção da notícia, atualmente, os media, em particular a televisão, está inserida num mercado concorrencial, no qual se trabalha para produzir notícias simples, rápidas (cada estação quer ser a primeira a dar a informação) e que vendam e, portanto, os conteúdos transmitidos são menos reflexivos. Por isso, a aposta dos media tem passado, essencialmente, por produzir as chamadas *soft news*.

Schramm (1949) foi um dos primeiros académicos a refletir sobre os diferentes tipos de notícias na perspetiva do público, fazendo a distinção entre *hard* e *soft news*. Além disso, o referido autor procurou entender os motivos que levavam o público a optar por escolher determinado tipo de notícias e quais os seus efeitos. Posteriormente, Tuchman (1978) abordou este tema, mas na perspetiva dos jornalistas. A partir de então, estes conceitos passaram a ser amplamente utilizados em estudos que abordam o enfraquecimento das notícias, a tabloidização ou o aumento do *infotainment* (informação com entretenimento).

A questão da classificação em *hard news* e *soft news* tem sido amplamente utilizada por diversos teóricos do jornalismo, que têm, ao longo do tempo, realizado tentativas de conceptualização dos termos, assim como da sua diferenciação. Contudo, apesar de tais esforços, continua a não haver consenso sobre as definições apresentadas, conduzindo ao seu uso de forma indiscriminada, com interpretações diversas, consoante as visões dos jornalistas e estudiosos do jornalismo (Reinemann, et al, 2011).

Patterson (2000) foi um dos académicos que procurou conceptualizar e desenvolver trabalhos no âmbito das *hard news* e *soft news*. O autor considera *hard news*, as notícias que se referem à cobertura de grandes acontecimentos e que envolvem questões e líderes importantes. Correspondem, segundo a interpretação do autor, a informações que os cidadãos devem reter para conseguirem dar resposta aos assuntos públicos. Já as *soft news* foram descritas, pelo autor, como aquelas que estão centradas na personalidade, são mais

práticas, menos limitadas no tempo e, sobretudo, muito centradas em incidentes. O autor considera que estas notícias são apresentadas de forma pessoal e familiar estando cada vez menos distantes e institucionais.

Patterson (2000) considera que a aposta dos noticiários em conteúdos pouco reflexivos tem sido cada vez mais visível e isso deve-se ao crescente desinteresse por parte dos telespetadores, sobretudo os mais jovens, em consumir conteúdos informativos. Por essas razões, o autor refere que a reação dos media face a este desinteresse foi criar notícias leves (*soft news*) Para o autor, embora este tipo de notícias tenha o efeito imediato de atrair audiências, com o passar do tempo este efeito desvanece, dado o “carácter repetitivo e enfadonho” (p. 9). Por outro lado, as *soft news* e as notícias negativas têm um efeito nefasto na sociedade uma vez que “estão a enfraquecer as fundações da democracia ao diminuir a informação sobre os assuntos públicos e o seu interesse nas questões políticas” (Patterson, 2000, p. 1). Em contra posição às *soft news*, o autor argumenta que as *hard news* afetam as audiências de um outro modo. Estas apresentam-se como “sequências de momentos chave da vida pública [no qual] os espaços e as personagens estão sempre a mudar [constituindo] uma história contínua que nos afeta a todos [e que] há mais de um século tem sido a razão por que milhões de pessoas todos os dias escolhem passar parte do seu tempo com as notícias” (Patterson, 2000, p. 9). Por isso, Paterson (2000) sugere que deverá ser encontrada uma solução de compromisso para que as notícias satisfaçam a necessidade de atrair audiências e, simultaneamente, cumpram a sua responsabilidade de informar o público.

2.3.2. A informação na RTP durante o Estado Novo

De acordo com Cardoso e Telo (2010a), do ponto de vista da evolução histórica, o Telejornal da RTP, em termos de estratégia enunciativa conheceu quatro momentos: o primeiro ocorreu durante o período do Estado Novo, entre 1957 e 1974. O segundo iniciou-se em 1975, na sequência da queda do regime e perdurou até ao final dos anos 80. O terceiro correspondeu à década de 90 e, por fim, o último momento incide com período da neotelevisão, no qual há o confronto com as novas tecnologias e linguagens.

Este ponto da dissertação irá apenas focar-se no primeiro momento, ou marco histórico, que corresponde à cobertura dos grandes acontecimentos cerimoniais. Cardoso e Telo

(2010a) dividem ainda o primeiro marco histórico do Telejornal em dois períodos: o primeiro compreendido entre os anos de 1957 e 1959, que do ponto de vista enunciativo consideram ter sido a “fase da procura de uma identidade, entre as linguagens da rádio e do cinema” (p. 57) e o segundo período que teve início em 1959 e prolongou-se até à queda do regime em 1974. É em 1959 que o Telejornal começa a ser designado por este nome, assumindo-se como o principal espaço de informação da televisão portuguesa. O período fica marcado pela descoberta do «direto» e pela transmissão de grandes eventos e acontecimentos da atualidade como são exemplos a guerra no Ultramar nos anos 60-70, a chegada do homem à Lua, em 1969, ou a morte de Salazar, em 1970 (Cardoso e Telo, 2010a).

No final dos anos 50, os Noticiários e Atualidades Filmadas do País e do Estrangeiro, assim como o Jornal RTP constituíam os principais formatos de informação na televisão portuguesa. Em 1959, o programa de informação da RTP, conhecido como Telejornal desde 19 de outubro de 1959, era transmitido diariamente até 1960 em dois blocos: a primeira e a segunda edição, respetivamente às 21h30 e 23 horas, sendo a primeira a de maior audiência. A partir de 1961, com o início da Guerra Colonial, o Telejornal passou a transmitir três blocos informativos diários: a edição da tarde, das 18h40 às 19h; a edição da noite, das 21h30 às 22 horas e a última, às 23h50. Quando a transmissão dos conteúdos acerca dos líderes e eventos do Estado se revelavam insuficientes, eram emitidas as chamadas «edições especiais» do Telejornal (Cádima, 1996).

Antes da chegada das televisões privadas, a informação televisiva em Portugal estava fortemente conotada com o regime e era utilizada sobretudo para o promover. A RTP, com o Telejornal, dada a sua larga difusão, foi um instrumento de mobilização de opinião pública e, por isso, a escolha dos colaboradores foi criteriosa, existindo uma apertada vigilância sobre os conteúdos informativos divulgados (Cardoso e Telo, 2010a; Carvalho, 2009; Cádima, 1996; 2010a). A responsabilidade de verificar e censurar, caso necessário, os conteúdos informativos na televisão portuguesa eram, inicialmente, de Manuel Figueira, depois de Manuel Maria Múrias, e no tempo de Marcello Caetano, da responsabilidade de Ramiro Valadão (Cádima, 1996).

Durante o Estado Novo, a informação televisiva nunca perdeu a base protocolar e ritualista. Os atores políticos controlavam e censuravam o universo da informação. O cidadão comum não protagonizava as notícias, os homens do Estado, nomeadamente o Presidente da República e o Presidente do Conselho, é que deveriam ser os protagonistas

das notícias. Estes estavam sempre presentes na abertura dos telejornais, nomeadamente nos noticiários das 22 horas e das 23 horas O Telejornal era o lugar de excelência para a autocelebração do sistema e do regime (Cádima, 1996; 2010a). A agenda protocolar dos dirigentes do Estado, assim como o seu desempenho político-mediático eram integrados nos alinhamentos dos “jornais televisivos como se se tratasse de uma «secretaria de redação» adstrita diretamente ao próprio poder” (Cádima, 1996, p. 52). Os conteúdos divulgados não eram mais que *fait-divers*⁸ e pseudoacontecimentos⁹. O jornalismo investigativo não era recorrente. O discurso utilizado era camuflado, exclusivo e inquestionável, típico de uma sociedade autoritária e monopartidária. A dimensão técnico-discursiva do Telejornal estava assim formulada e orientada para uma estratégia que conduzisse os indivíduos a ser subordinados ao sistema político vigente (Cádima, 1996; 2010a).

Os temas predominantes no Telejornal mostravam as obras grandiosas que o governo promovia, assim como cerimónias e manifestações de apoio ao regime. Dessa forma, grandes eventos desportivos, religiosos e nacionais eram transmitidos de forma a espoletar grande interesse no povo português. As efemérides também eram notícia na televisão portuguesa. Os trabalhos vindos de agências noticiosas estrangeiras eram a maior parte das vezes censurados. A palavra, isto é, os discursos dos dirigentes da nação, marcaram também os telejornais no período do Estado Novo (Cádima, 1996).

Cádima (1996; 2010a) concluiu que ao longo de 17 anos existiu controlo na informação televisiva no período salazarista e no período marcelista. No entanto, o autor distingue o período de Salazar do período de Marcelo. O autor refere que no período de Marcelo Caetano, a televisão, e em particular a informação, foi mais instrumentalizada e objeto de propaganda do regime. Apesar disso, a postura de Salazar em relação à televisão e à informação em televisão alterou-se ao longo dos anos. No início, Salazar adotou uma postura defensiva. Pouco aparecia na televisão, “delegando a imagem do poder em terceiros, nomeadamente confiando ao aparelho de controlo e de produção da informação televisiva a tarefa burocrática de divulgar prioritária e hierarquicamente, e manter incólume, a ação governativa” (Cádima, 1996, pp. 44-45). No entanto, com o início da

⁸ Segundo Roland Barthes (1964), o primeiro autor a problematizar o conceito, *fait-divers* corresponde a “uma notícia de ordem não classificada, dentro de um catálogo mundialmente conhecido. Noutras palavras, seria uma informação monstruosa, análoga a todos os factos excecionais ou insignificantes, breve, normalmente classificado abaixo da categoria de Variedades (p. 19).

⁹ Segundo Daniel Boorstin (1962), os pseudoacontecimentos correspondem a acontecimentos que não são espontâneos que acontecem com o propósito de serem relatados e reproduzidos pelos media.

Guerra Colonial, Salazar viu-se obrigado a adotar uma estratégia agressiva, instrumentalizando a informação para se promover a si e ao regime. Logo após o início da guerra, a informação foi doutrinária com alinhamentos, comentários e editoriais militantes.

No período em que Oliveira Salazar ocupou o cargo de Presidente do Conselho, portanto, ainda nos anos 50, no Telejornal predominava a informação “provinciana e instrumental”, a informação com a agenda e o protocolo do Estado e os discursos do ditador. De 1957 a 1959, a informação televisiva era, em geral, uma “agenda interministerial, um acumular de telegramas governamentais, com um discurso assumidamente oficioso e protocolar, onde o desporto e o *fait-divers* tinham ainda uma quota-parte significativa” (Cádima, 1996, p. 44). Tudo o que pudesse causar perturbação ou fosse contra o regime era censurado. A candidatura de Humberto Delgado às eleições presidenciais de 1958 foi exemplo disso, assim como os descatos que se sucederam após as eleições do mesmo ano. Nos anos 60 chega à RTP Manuel Maria Múrias que trouxe “ao Telejornal uma mais forte vertente ideológica e opinativa” (Cádima, 1996, p. 127). Neste período era necessário configurar uma imagem de Portugal e do seu poderoso Império aos portugueses dado os momentos que se viviam no Ultramar. Desmentir os descatos que ocorriam em África foi uma constante nos telejornais (Cádima, 1996).

Fazer «publicidade» a Oliveira Salazar através da televisão e da informação não foi um princípio político, ao contrário do que acontecia nos restantes países da Europa que utilizaram a televisão e a informação para promover o culto ao chefe. Salazar acabou por sair de cena sem nunca se ter promovido e utilizado estratégias assertivas para promover o regime no Telejornal (Cádima, 1996).

Com Marcelo Caetano, a estratégia editorial da RTP alterou-se, a começar pela redução do espaço de comentário e opinião que foi fortemente utilizado por Mário Maria Múrias, com textos escritos na primeira pessoa que não promoviam a estratégia política do regime e o seu ditador. Caetano tentou inverter esta situação procurando promover edições do Telejornal que dessem destaque às atividades em que o Presidente do Conselho estivesse presente, bem como à sua agenda protocolar e aos seus pensamentos. Transmitiam-se as entrevistas que dava e promoviam-se os livros que publicava. De igual modo, o Telejornal divulgava as viagens de Estado que fazia, assim como os seus discursos e as reuniões com a União Nacional. Segundo Cádima (1996; 2010a) as visitas de Marcello Caetano a África assumiram um registo de espetáculo propagandístico. Decisiva para a reestruturação da

estratégia da RTP na informação foi a estreia do programa de Marcelo Caetano, *Conversas em Família*.

Conversas em Família estreou a 8 de abril de 1969, logo após o Telejornal e divulgação do estado clínico de Salazar, que sofrera um acidente em agosto de 1968. Acerca deste programa, em muito promovido por Ramiro Valadão (Presidente da RTP e responsável pela propaganda da União Nacional), Marcello Caetano diria:

os atuais meios de comunicação permitem conversar diretamente com as pessoas, sem formalismo, sem solenidades, sempre que seja julgado oportuno ou necessário. É essa conversa em família que vou tentar estabelecer de vez em quando através da rádio e televisão (Cádima, 1996, p. 213).

Sob a alçada de Ramiro Valadão tentou prosseguir-se com uma política de abrandamento da propaganda no Telejornal. No entanto, o respeito cuidadoso pelas hierarquias do Estado foi sempre considerado e, por isso, Américo Tomás e Marcello Caetano estavam quase sempre presentes no início do alinhamento do Telejornal, com a sua agenda. Os assuntos predominantes nos telejornais foram a Guerra no Ultramar e as eleições de 69, a par de todas as cerimónias, eventos e efemérides de enaltecimento do regime que eram habituais desde o tempo de Salazar. Sobressai na informação no tempo de Marcello Caetano, a divulgação do estado de saúde de Salazar, bem como a transmissão das suas cerimónias fúnebres a 20 de julho de 1970.

A notícia da chegada do Homem à Lua, em 1969, não foi capaz de retirar os dirigentes da nação como primeira notícia. Desta forma, o registo protocolar, oficioso e propagandístico mantinha-se constante no principal espaço informativo da RTP (Cádima, 1996).

2.3.3. A informação na televisão portuguesa em finais do século XX e no século XXI

Cardoso e Telo (2010a) dividiram os momentos marcantes da evolução do Telejornal em quatro momentos - o primeiro abordado no ponto anterior. Neste ponto, serão desenvolvidos os restantes três momentos, contudo, com maior detalhe e atenção no que concerne ao quarto momento.

O segundo momento que marca o modelo enunciativo do Telejornal ocorre entre 1975 e o final da década de 80. Corresponde ao desenvolvimento de importantes tecnologias para o dispositivo técnico da televisão. O terceiro momento, já na década de 90, fica marcado pelo fim do monopólio televisivo da RTP com a implementação das estações privadas em Portugal: SIC e TVI. Por fim, o quarto momento é o da neotelevisão, o período que ainda hoje vivemos. Desde inícios do século XXI, a informação passou a ser influenciada pela *Internet* e pelo *World Wide Web*, confrontando-se, por isso, o Telejornal com um novo tipo de linguagens. Os avanços tecnológicos permitiram o melhoramento dos estúdios e da imagem. Este é também um período em que se tem vindo a verificar uma estratégia editorial que se baseia nas audiências e na concorrência, produzindo-se conteúdos para conseguir atrair o máximo de telespetadores. Nesta fase, como refere Cardoso e Telo (2010a), assiste-se a uma constante “redefinição das «regras» que orientam o operador de serviço público, processo que provocou, de resto, um ambiente de aceso debate entre a sociedade civil” (p. 59). O surgimento dos operadores privados motivaram a discussão sobre a independência e a falta de pluralismo da informação na RTP (Carvalho, 2009).

Ao longo dos anos, o canal estatal tem procurado aproximar-se das estações privadas no que toca à informação, de forma a tornar-se mais apelativo e concorrencial. Desta forma, é possível assistir ao Telejornal em cenários amplos com a presença de monitores e outros dispositivos. O cenário no qual o pivô se apresenta aos telespetadores corresponde ao interior das redações. Os grafismos são cada vez mais complexos e sofisticados. A reprodução de *teasears* entre as notícias do alinhamento do Telejornal torna-se cada vez mais recorrente como forma de captar a atenção do público. O próprio pivô torna-se uma imagem de marca do Telejornal (Cardoso e Telo, 2010a; Brandão, 2002; 2005; 2010)¹⁰. Quanto à duração do Telejornal, o mesmo ocupa cada vez mais a grelha de programação da estação de televisão, ultrapassando em larga medida uma hora e, por vezes, duas horas de emissão (Cádima, 2010b).

Nas estações generalistas, a informação assume-se como o eixo principal das programações diárias. De acordo com Pereira e Veríssimo (2010), os noticiários de *prime-time* correspondem aos programas de televisão que conseguem abranger uma maior audiência com uma maior diversidade de públicos. Dessa forma, as receitas publicitárias nesse horário, o chamado horário nobre, confirmam a crescente importância e

¹⁰ Muitos pivôs aproximam-se do conceito de «jornalista celebridade» (Marshall, 2010). No caso da RTP, José Rodrigues dos Santos é o que mais se aproxima desta categoria.

dependência do investimento publicitário. A dimensão comercial e concorrencial, com publicidade antes, durante e após o noticiário, é visível em todas as estações generalistas.

Assim, a informação em televisão é hoje determinada por dois grandes fatores: a concorrência e a tecnologia. À semelhança do que acontece em todos os programas televisivos, o campo informativo segue a mesma tendência: a era da concorrência determina os conteúdos transmitidos e, por isso, o jornalismo parece revestir-se de interesses e objetivos comerciais, sendo o público visto como consumidor, essencialmente de produtos (notícias) de lazer (Traquina, 2001). Na mesma linha argumentativa, Mesquita (2003) refere que se está perante o “jornalismo como um género minoritário, em que o valor-informação da notícia cede face ao valor-entretenimento” (p. 109). Também Brandão (2005; 2010) considera que, atualmente, as notícias dos blocos informativos funcionam como uma mercadoria e, portanto, as estações promovem novidades que gerem um «bem para consumo». Os acontecimentos divulgados não correspondem ao interesse público. A informação nas generalistas portuguesas é um produto “escolhido e divulgado em função do seu «valor de mercado»” (Brandão, 2005, p. 130).

Por estas razões, as notícias como mercadoria tendem a ser hoje imprecisas e pouco exatas, dada a pressão que cada estação tem em ser a primeira a divulgar uma informação. Cada canal procura transmitir a maior quantidade possível de informação de forma rápida e eficaz para, assim, prender a atenção do espetador e fazer render o telejornal do ponto de vista económico, isto é, de forma a gerar mais audiência. Desta forma, o rigor pouco prevalece (Brandão, 2005; 2010).

A informação televisiva, seja do Estado ou de operadoras privadas, deveria ser de serviço público, de modo a satisfazer o interesse superior da sociedade e da cidadania. No entanto, tal não se verifica. O discurso informativo televisivo baseia-se, atualmente, na rotina e na padronização, exibindo-se informação como se de um espetáculo se tratasse. Prevalece uma informação em formato tabloide, supérflua e descontextualizada. Procura-se afetar as emoções dos espetadores e privilegia-se os assuntos da atualidade trágica, a catástrofe, os *fait-divers*, o entretenimento e o sensacionalismo, bem como a agenda política, o protocolo de estado e as cerimónias mais marcantes, como um casamento real ou a visita de um Papa (Cádima, 2010b; 2011; Brandão, 2002; 2005; 2010; Lopes, 2008).

Cádima (2011) defende que *infotainment*, isto é, um estilo de jornalismo que mescla a informação e o entretenimento, contaminou a comunicação social: “a contaminação do rigor da informação pelo espetáculo das notícias, a superação da transparência pela indicialidade e pela performatividade” (p. 22). Lopes (2008) refere que a informação espetáculo como mercadoria desencadeia “alguns perigos para a informação televisiva, que poderá ser tentada a substituir uma emoção profunda pelo choque, a discussão de ideias pela exposição superficial de depoimentos pessoais, a construção social da realidade pela criação de uma hiper-realidade dependurada em signos sem referentes” (p. 164).

A seleção de imagens a divulgar é criteriosa, pois é destas que se formula o conteúdo que poderá constituir ou não notícia. Procuram-se as melhores imagens e notícias de modo a causar impacto social. Brandão (2005) refere que a televisão se esquece “de que a imagem necessita de enquadramento, tratamento, reflexão, de modo a ser perceptível e não que apenas tenha como objetivo atingir o maior número de telespetadores” (p. 134).

O direto é privilegiado em todas as estações. As estações consideram-no uma ferramenta eficaz, uma vez que permite ao canal ser o primeiro a divulgar um acontecimento ao vivo. Muitas vezes, “não interessa o que divulga, mas sim o que importa é que sejam geradores de imagens-choque, dramáticas, que surpreendam o telespetador” (Brandão, 2005, pp. 143-144). Deste modo, como refere Mesquita (2003) o “critério de atualidade ou mesmo da instantaneidade impera” (p. 96). Apesar do direto ser muito privilegiado nas redações televisivas, para os investigadores da área do jornalismo em televisão, o direto em nada procura reflexão no telespetador (Brandão, 2002; 2005; 2010; Lopes, 1999).

Os temas dominantes nos noticiários televisivos em Portugal correspondem à política interna e à política internacional. Em termos de tempo de emissão no alinhamento, a política, o desporto e a economia são as temáticas com maior duração (Cardoso e Telo, 2010a; Brandão, 2005; 2010). A presença de jornalismo de investigação, independentemente da temática, é praticamente inexistente quer na informação diária, quer na informação não diária (Cádima, 2011). Crescem nos alinhamentos dos telejornais as notícias de promoção do próprio canal como forma de se enaltecer e promover programas de entretenimento. O *lifestyle* e as celebridades são cada vez mais chamadas a marcar presença na informação portuguesa. Deste modo, é possível constatar que parecem dominar as chamadas *softs news*.

Face ao panorama atual da informação televisiva portuguesa, no qual se confunde cada vez mais informação com entretenimento e onde prevalecem as notícias sensacionalistas e espetáculo que nada promovem a reflexão e o espírito crítico, Brandão (2002; 2005; 2010) sugere uma alteração no modelo de produção de informação. O investigador propõe que a informação assente na responsabilidade social dos media para que, desde modo, se contribua para a construção da cidadania e de uma opinião pública de facto esclarecida. Para tal, o autor aponta que é necessário um jornalismo cívico, a começar, sobretudo, no serviço público de informação português. Cádima (2011) reforça esta ideia e sublinha que deveria existir uma clara distinção entre a informação de serviço público e a informação privada. Para o autor, informação de serviço público deve ter objetivos mais rigorosos de interesse público.

Lopes (1999; 2008), face à chegada dos canais privados, já se tinha debruçado sobre o telejornal e o serviço público. Para a investigadora, o telejornal do serviço público deve ser um espaço que promova os acontecimentos e fortaleça a coesão nacional. Por isso, Lopes (1999) defende que a informação de espaço público deve ser “pluralista (nos temas, na fontes e nos territórios mediatizados) e contribuir decididamente para a aproximação de gentes com diferentes modos de vida” (p. 87). Devem existir assuntos que interessem às massas, mas também assuntos que suscitem interesse numa pequena minoria, como é o caso das temáticas acerca das artes, desde que neste campo as notícias divulgadas não se circunscrevam a ações de marketing para promover eventos e espetáculos¹¹. De igual modo, a informação de serviço público deve pautar-se pela neutralidade, a participação de todos os cidadãos, pela qualidade, diversidade, identidade cultural e distanciar-se das fontes de financiamento. Só desta forma, será possível trilhar um caminho diferente das operadoras privadas, ou seja, um caminho que recusa a informação em prol de produzir conteúdos espetaculares para conseguir mais público (Lopes, 1999; 2008).

¹¹ Dora Santos Silva (2012) tem desenvolvido trabalhos académicos no sentido de perceber quais as tendências e o lugar da cultura no jornalismo em Portugal. Jaime Lourenço e Filipa Subtil (2016) estudaram uma área particular da cultura, o cinema. Os autores procuraram perceber quais as tendências do jornalismo de cinema em televisão em Portugal.

2.3.3.1 Modelos enunciativos dos noticiários em Portugal

Tendo por base os modelos enunciativos identificados por Giorgio Simonelli (1998) (o modelo generalista-objetivo e o modelo interpretativo-explicativo), Cardoso e Telo (2010b) caracterizaram os noticiários de *prime-time* das quatro estações generalistas em Portugal. Relativamente ao modelo enunciativo generalista-objetivo, o mesmo centra-se na apresentação e informação da ocorrência. O jornalista tem um papel secundário, e, muitas vezes, a sua imagem não é visualizada, apenas se ouve os seus relatos em *voz off*. Este modelo elege o bloco de notícias inicial como o mais importante, deixando para segundo plano no telejornal os temas mais ligeiros. O modelo interpretativo explicativo caracteriza-se por privilegiar o direto e o pivô na transmissão de informação e também por este interpretar e poder assumir o papel de comentador da situação ou do assunto que está a ser tratado no noticiário. Os temas tratados são considerados ligeiros (curiosidades ou histórias de interesse humano) (Simonelli, 1998).

Cardoso e Telo (2010b) referem que embora difiram das características que Simonelli (1998) identificou para cada modelo, os noticiários portugueses parecem ter certas semelhanças com as propostas do autor italiano, sendo que o jornal da RTP1 e da SIC tendem a parecer-se com o modelo generalista-objetivo e o da TVI e da RTP2 tendem a assemelhar-se ao modelo interpretativo-explicativo.

Segundo Cardoso e Telo (2010b) os serviços noticiosos da RTP1 e da SIC assumem semelhanças com o modelo generalista-objetivo uma vez que “ambos privilegiam a imagem e o objeto jornalístico, deixando para segundo plano a interpretação” (p. 229).

O jornal da TVI, segundo Cardoso e Telo (2010b), revela mais semelhanças com o modelo interpretativo-explicativo, em especial durante o período em que Manuela Moura Guedes foi jornalista pivô da estação. A jornalista em questão comentava as peças jornalísticas no início e no fim de serem exibidas. Por outro lado, os autores também identificam certa semelhança do jornal da TVI com o modelo interpretativo explicativo, uma vez que o noticiário, ainda atualmente, possui comentadores residentes com o “objetivo de estabelecerem quadros interpretativos dos acontecimentos nacionais e internacionais (p. 229). Cardoso e Telo (2010b) também identificam o jornal da TVI como modelo enunciativo interpretativo explicativo visto que parece não haver uma distinção entre os acontecimentos mais e menos importantes, podendo a notícia de abertura ser desenvolvida no início, no meio ou no fim do telejornal. Para além disso, o direto é

constante, algo que é, contudo, comum nas restantes estações. Para os autores, o Jornal 2, da RTP2, também se aproxima do modelo interpretativo explicativo, uma vez que tem a preocupação de explicar os assuntos que estão a ser tratados. Para esse efeito, é comum a presença em estúdio de um especialista no assunto em análise. No entanto, os autores também consideram que o Jornal 2 se assemelha com o modelo de enunciação generalista objetivo, pois começa por tratar os temas mais importantes e só depois dá destaque a curiosidades.

É importante referir que o estudo de Cardoso e Telo (2010b) foi realizado nos primeiros anos do século XXI. Embora seja possível identificar muitas semelhanças com os jornais anteriores a 2010, atualmente, os noticiários de todas as estações tendem a assemelhar-se ao modelo interpretativo-explicativo, pois verifica-se a presença de comentadores residentes em todas as estações. Além disso, a presença do direto como forma de relatar os acontecimentos passou a ser uma constante.

3. ELEMENTOS PARA A HISTÓRIA DO FESTIVAL RTP DA CANÇÃO

3.1. O Festival RTP da Canção como fenómeno no período do Estado Novo

3.1.1. A necessidade de participar no Festival Eurovisão da Canção

O Festival RTP da Canção nem sempre foi conhecido por esta designação. Atualmente, é este o nome pelo qual a maioria dos portugueses o conhece. O Grande Prémio TV da Canção Portuguesa surgiu em 1964 com o intuito de seleccionar uma canção portuguesa que representasse Portugal no Festival Eurovisão da Canção. A decisão de aderir a este concurso internacional foi uma aposta política do regime que procurava, através das canções, projetar a sua imagem (César e Tilly, 2010; Lopes, 2015; Mangorrinha, 2015; 2018; Galopim, 2018).

Apesar de Portugal só ter participado pela primeira vez no concurso eurovisivo em 1964, este teve o seu início em 1956. Depois de duas grandes guerras mundiais, que destruíram e dividiram a Europa, a União Europeia de Radiodifusão decidiu criar um festival de canções entre as televisões aderentes, com transmissão em direto para todos os países. Marcel Bezençon, diretor-geral da televisão suíça nos anos 50, foi o primeiro a idealizar o concurso. Tinha como intuito organizar um evento televisivo à imagem do Festival de San Remo (FSR). O objetivo era unir a Europa devastada pelas duas guerras, através “da familiarização transnacional das diferentes culturas nacionais [e] desenvolver a tecnologia de transmissão ao vivo” (Mangorrinha, 2015, p. 9). A primeira edição do certame internacional realizou-se em 1956, em Lugana, na Suíça, no qual o país anfitrião se sagrou vencedor (Mangorrinha, 2015).

O concurso idealizado por Bezençon consistia em cada país membro da UER apresentar uma canção interpretada por um solista acompanhado por uma orquestra dirigida por um maestro desse país. A letra da canção devia ser cantada no idioma nativo do país a concurso. No entanto, no decorrer dos anos, passou a ser permitido no FEC, os participantes apresentarem conjuntos vocais, elementos pré-gravados e deu-se liberdade na escolha do idioma da letra da canção (Mangorrinha, 2015).

Com mais de 63 anos de vida, o Festival da Eurovisão é o espetáculo televisivo musical internacional mais antigo do mundo. Segundo Galopim (2018), este evento procurou e procura promover “a vontade de surpreender, o cruzamento de culturas e de identidades,

o acolhimento da diversidade, o estabelecimento de ligações emocionais, a partilha de momentos e também a saudável competição” (p. 13).

Em 1956, o primeiro ano do Festival Eurovisão da Canção, participaram sete países. Hoje o número ultrapassa os 40. No concurso podem participar todos os 56 países da UER. A RTP é membro desta União desde 20 de outubro de 1959. Com o passar dos anos, a Eurovisão criou outros festivais relacionados com as artes (música, dança e talentos): o Festival Eurovisão Músicos (1982); o Festival Eurovisão de Jovens Dançarinos (1985); o Festival Eurovisão da Canção Júnior (2003); o Festival Eurovisão de Dança (2007) e, mais recentemente foi criado, em 2010, o Festival Eurovisão de Talentos (César e Tilly, 2010; Lopes, 2015; Mangorrinha, 2015; 2018 e Galopim, 2018).

A assistir a este concurso estão, habitualmente, mais de 200 milhões de espetadores, não só europeus, mas de diferentes partes do mundo. A Austrália, a China e os Estados Unidos da América são nações que transmitem as edições do concurso. Desde 2015 que a Austrália é considerada participante no concurso fruto da transmissão do FEC desde da década de 80 e da grande adesão dos australianos ao mesmo (Galopim, 2018).

Para os países que participam este é um momento fundamental para a divulgação da música nacional. Porém, Lopes (2015); Mangorrinha (2015; 2018) e Galopim (2018) referem que o palco Eurovisão, devido ao alcance conseguido, tornou-se, desde cedo, um evento no qual as questões políticas e sociais são evidenciadas.

De acordo com os mesmos autores, o Festival Eurovisão da Canção foi sendo, ao longo da sua existência, o espelho da história e, por conseguinte, o reflexo das mudanças na Europa. Desta forma, o grande marco histórico na Europa e no mundo, a queda do Muro de Berlim, refletiu-se na história de toda a Eurovisão. Na década de 90, um conjunto de Estados da Ex-Jugoslávia e outros da Europa Central e Oriental, incluindo a Federação Russa, começaram a participar no concurso. O número de participantes aumentou significativamente. Muito por consequência deste crescimento, mas também em termos comerciais, a Eurovisão começou, em 2008, a realizar duas semifinais, nas quais se selecionam canções para ir à final (Mangorrinha, 2015; 2018 e Galopim, 2018).

Para os países da Europa Ocidental, a participação no FEC foi e é uma questão de herança (participam para manter viva a tradição e a história). Para outros países, nomeadamente para os países de Leste, participar é uma questão de identidade nacional. Como sistema económico e político, o continente europeu formou-se a partir de quatro raízes principais:

países do norte, países do Mediterrâneo, países eslavos e o grupo do Reino Unido, França e Alemanha.

Desde a queda do Muro de Berlim e o colapso da União Soviética, muitos mais países reconfiguraram as fronteiras do leste europeu e exigiram novas relações entre o Ocidente e o Oriente. Os novos países posicionaram-se para um novo mapa mental da Europa, como nações pretensamente democráticas, plurais e progressistas, com crescentes preocupações com a sua imagem externa e com as marcas e sub-marcas associadas (Mangorrinha, 2015, p. 23).

As mudanças na Eurovisão não se fizeram sentir apenas com a chegada de novos países à competição. Com a evolução dos tempos, o concurso sofreu reformulações. A mudança mais visível está relacionada com a realização dos espetáculos que passaram a estar, desde 1987, envoltos em tecnologia. De ano para ano, verificam-se mudanças significativas nesse domínio. Além disso, destacam-se também os cenários de edição, uma nova modernidade lumínica, as paredes de vídeos, os quadros computadorizados e a realização dos eventos em grandes arenas de espetáculos. Como forma de mostrar a cultura e tornar o espetáculo eurovisivo mais diversificado, cada país organizador passou a apostar nas produções de intervalo, expondo, na maior parte dos casos, músicas do repertório musical do país organizador (Mangorrinha, 2015).

Apesar de para alguns críticos de música o FEC ser visto como musical e culturalmente menor, dezenas de países atribuem particular significado a este concurso televisivo, trabalhando para expor a sua “imagem” e “marca” internacionalmente. Deste modo, múltiplas heranças num único palco multicultural têm permitido considerar o chamado eurocentrismo que traz para o centro, a história e a tradição cultural da Europa (Mangorrinha, 2015). Para Mangorrinha (2015), no palco Eurovisão celebram-se as diferenças e as semelhanças entre os povos europeus e estas constituem-se como uma

montra de experiências culturais compartilhadas, em construção permanente, como ideal democrático, pacifista, multicultural e tecnologicamente avançado. É, neste quadro, que se jogam, anualmente, as representações nacionais dirigidas a um público que as votará, pelo que, cada qual, idealiza a forma de melhor agradar ao outro, em termos de um valor ou de uma mensagem, bem como aproveitamento laços políticos entre países (p. 28).

Independentemente dos motivos que levam os países a participar neste certame, Mangorrinha (2015) defende que, desde os primórdios do Festival Eurovisão, que o mesmo decorre, essencialmente, por interesses económicos e estratégicos de construção

de imagem e, não tanto, pela mera participação e vitória no concurso. A imagem que cada país constrói para passar à Europa faz-se a partir de “mensagens musicais, cartões-postal, filmes promocionais e atuação com indumentárias e coreografias extravagantes, exóticas, vanguardistas ou étnicas” (p. 11). O poder de concorrer no Euro Festival vai muito para além da música. Este “tornou-se, há muito, um símbolo, um motivo de afirmação patriótica e de oportunidade turística e negócio, tanto para quem concorre, como para o país organizador” (Mangorrinha, 2015, p. 11). Lopes (2015), na mesma linha de Mangorrinha (2015), acrescenta que o FEC

proporciona uma troca de conhecimentos aos níveis televisivo e técnico, contratando designers de palco conceituados e vendendo parte deste aparato para as tournées de artistas internacionais. Deste modo, para além de preocupações ao nível musical, estético e moral, outros interesses maiores se levantam, relacionados com as indústrias da música e do entretenimento, com a política, economia, diplomacia e turismo (p. 2).

Como já referido, Salazar decidiu aderir a este concurso europeu em 1964, apesar de ser membro da UER desde 1959. Por um lado, o objetivo do regime português em participar no FEC foi estratégico: “atenuar a imagem fragilizada de Portugal devido aos problemas com as Colónias Ultramarinas e ao estado da guerra” (Mangorrinha, 2015, p. 10). Por outro lado, o regime viu nesta iniciativa uma oportunidade para investir no turismo. De igual modo, a RTP e o governo também perceberam a importância que a participação neste Festival internacional tinha, uma vez que podia ser uma forma de apostar na música ligeira portuguesa e levá-la além-fronteiras (César e Tilly, 2010; Lopes 2014; 2015; Mangorrinha, 2015; 2018 e Galopim, 2018). Os Festivais da Canção promovidos pela RTP assumiram particular importância no sentido que foram dinamizadores da produção musical em Portugal. O FRTPC

promoveu a composição de originais; deu visibilidade de canções, autores e intérpretes, dando voz e imagem a cantores consagrados, divulgando novos intérpretes e valorizando intérpretes femininas; e fomentou a colaboração entre diversos atores das cenas musical e televisiva em Portugal (César e Lilly, 2010 p. 501).

Nos primeiros anos de Festival RTP da Canção (na época denominado Grande Prémio TV da Canção), conforme Lopes (2014; 2015); Mangorrinha (2015; 2018) e Galopim (2018), participaram os cantores mais conhecidos da música ligeira portuguesa, sendo este visto como uma oportunidade para o lançamento da carreira de artistas.

Enquadrado na categoria dos programas musicais ligeiros, segundo o anuário da RTP de 1964, um tipo de programas muito apreciado pelo público, o FRTPC “mobilizou significativos meios humanos e económicos e afirmou-se enquanto um dos principais eventos da televisão pública portuguesa” (Lopes, 2014, p. 622). O FRTPC, enquanto evento anual e programa transmitido em direto, “captou a atenção de uma extensa audiência, tornando-se o mais relevante evento musical do país” (César e Tilly, 2010, p. 502).

Antes de este certame fazer parte do quotidiano dos portugueses, o país já se encontrava familiarizado com este tipo de espetáculos musicais na televisão. Com o intuito de promover autores e intérpretes portugueses, a RTP tinha já realizado o I Festival da Canção Portuguesa (1958), o Festival da Figueira da Foz (1959) e o I Concurso de Canções Ligeiras (1962) (Lopes, 2014). Esta aposta da estação pública de televisão neste tipo de eventos musicais “preconizava um discurso de valorização da música portuguesa, como defesa ao «ataque da música estrangeira»” (Lopes, 2014, p. 622).

Para o grande público, a transmissão destes espetáculos também assumiu importância, no sentido em que passou de um mero espectador coletivo passivo para um espectador interativo. Este concurso colocou os espectadores perante uma competição e uma experiência musical interativa, uma vez que foi possível começar a criar relações de empatia entre o público e os intérpretes. Além disso, passou a haver uma maior proximidade entre o público e o espetáculo musical porque a competição foi (e ainda hoje é) sujeita a um júri e votações (Lopes, 2014). Simultaneamente, o FRTPC reuniu os portugueses em torno da televisão sendo tema de conversa entre públicos de diferentes gerações, o que destacou o estatuto e a importância da televisão na população portuguesa naquela época (Lopes, 2015).

Para Mangorrinha (2018), o Festival RTP da Canção apresentou, ao longo de 61 anos, uma

progressiva abertura a mensagens e a géneros musicais, refletindo os diferentes momentos políticos e culturais de Portugal, com contradições, contestações e anseios, combinando a saudade e a esperança, o sentimento e o entretenimento, as influências e a distinção criativa, a identidade e a contemporaneidade, a lusofonia e o multiculturalismo (p. 198).

No entanto, Mangorrinha (2018) defende também que “o Festival tem a importância histórica que se reconhece, mas sendo um concurso, com votação dificilmente atende à subjetividade da música e da arte” (p. 200).

3.1.2. Os primeiros anos: o Festival num regime autoritário

A decisão de Portugal participar no Festival Eurovisão da Canção aconteceu em 1964. Para a seleção de uma canção, a RTP criou o concurso Festival RTP da Canção, na altura intitulado “Grande Prémio TV da Canção”. A primeira edição realizou-se a 2 de fevereiro de 1964, nos estúdios do Lumiar.

Nos primeiros anos do concurso, participaram os artistas nacionais mais conhecidos, muitos deles com grande presença na rádio. Nas palavras de César e Tilly (2010), “as canções selecionadas eram da autoria de compositores e de autores com atividade na rádio, no teatro de revista, em espetáculos de variedades e em festivais da canção regionais” (p. 502).

Do ponto vista musical, predominava o chamado “nacional-cançonetismo”¹². Deste modo, as canções românticas melancólicas ou de propaganda do regime eram as mais ouvidas. No entanto, na Eurovisão, este não era o estilo predominante.

Os resultados na Eurovisão, nomeadamente nos primeiros anos, nunca foram animadores. Portugal, relativamente à Europa, estava politicamente e, por conseguinte, no campo das artes, atrasado. Na Europa, em pleno século XX, vivia-se uma transição, com mudanças nos contextos políticos e económicos, bem como revoluções libertárias. A par e resultado destas evoluções, o mercado fonográfico crescia, apostando-se em bandas *rock* com grande potencial criativo e fusões entre diferentes estilos musicais. Assistia-se a uma mudança de paradigma, que redefinia as linhas e os valores musicais. Contudo, em Portugal, a música ainda não acompanhava estas novas tendências. Apesar de nesta altura,

¹² Segundo a *Enciclopédia da Música em Portugal no Século XX* “designação utilizada pelo jornalista João Paulo Guerra num artigo publicado a 19 jul. 1969 no suplemento semanal «A mosca» do *Diário de Lisboa*, referindo depreciamente o estilo musical e os conteúdos poéticos veiculados por intérpretes e compositores (...) associados à produção musical da Emissora Nacional” (César, 2010, p. 901). Estilo de música conotado como propagandista do regime do Estado Novo recorrendo “frequentemente a temáticas patrióticas, bem como elogios à pobreza, à devoção religiosa e à humildade” (César, 2010, p. 901)

o *rock and roll* já ter alguma expressão em Portugal, como acontecia noutros países da Europa, não teve significância no FRTPC (Mangorrinha, 2015).

No primeiro FRTPC participaram 127 canções, das quais 12 canções para seis intérpretes foram finalistas do concurso. Do júri para a seleção das canções finalistas fizeram parte representantes da RTP, da Emissora Nacional, do Secretariado Nacional da Informação e Turismo (SNI) e do Sindicato dos Jornalistas. A canção “Oração”, interpretada por António Calvário, foi a primeira a atuar e a vencedora da noite. Porém, na Eurovisão, a canção ficou em último lugar. A música melancólica que apelava ao perdão de Deus pelo sofrimento causado pela paixão, não conquistou a Europa (Mangorrinha, 2018).

Nos anos seguintes, a RTP não introduziu alterações ao regulamento. As canções concorrentes continuaram vinculadas aos valores do regime. Os críticos na imprensa reprovavam a mediocridade da musicalidade e letristas das canções, além das canções apresentadas e vencedoras do concurso estarem muito longe daquilo que se produzia na Europa (Mangorrinha, 2018).

Todavia, a partir de 1967, opera-se uma pequena mudança e abertura nas canções a concurso. No final da década de 60 começou a assistir-se a uma mudança no estilo musical que procurou quebrar o estilo nacional-cançonetismo, tradicional no Festival até então. Os compositores, letristas e intérpretes procuraram seguir as tendências internacionais, apostando num estilo mais contemporâneo. A presença de vozes ligadas ao emergente *pop/rock* português chegou ao concurso nesses anos através de Eduardo Nascimento e Carlos Mendes (Lopes, 2015; Mangorrinha, 2015; 2018 e Galopim, 2018). O Festival começou a ser, deste modo, uma “montra aberta ao que de novo estava a acontecer na música mais jovem que se fazia no espaço português” (Galopim, 2018, p. 53).

Com este novo estilo e de certa forma, numa tentativa de se aproximar das produções musicais internacionais, as revistas e os jornais apresentavam semanas antes e dias após o Festival, os intérpretes, os autores e as canções a concurso, através de extensas reportagens, elogiando ou criticando os vencedores e avaliando todo o espetáculo (Mangorrinha, 2015; 2018). Apesar das mudanças a nível musical, nos anos de 1967 e 1968, a crítica negativa ao FRTPC foi constante. A falta de originalidade, de autenticidade e de raízes nacionais foram apontadas como os principais defeitos das canções do concurso (Mangorrinha, 2018).

No final da década de 60 e início da década de 70, internacionalmente cresceram as “canções de protesto”. Portugal não foi alheio a este estilo musical, uma vez que vivia num regime ditatorial. Este estilo musical era o oposto do estilo romântico até então predominante no FRTPC. O objetivo deste tipo de canções foi consciencializar e ajudar o público português a manifestar-se contra o regime. Com metáforas nas canções e mensagens subliminares, os autores e intérpretes diziam o que não podiam no contexto político em que viviam (Mangorrinha, 2015).

Lopes (2015); Mangorrinha (2015; 2018) e Galopim (2018) mencionam que o mais entusiasmante e mobilizador Festival ocorreu em 1969. Simone de Oliveira, estrela de rádio na altura, venceu o certame com a canção “Desfolhada”, com letra de José Carlos Ary dos Santos e Nuno Nazareth Fernandes, composição também de Nuno Nazareth Fernandes. Segundo Mangorrinha (2018), a canção que falava do “amor a Portugal” (p. 44) foi a primeira a receber um grande apoio por parte do público e da crítica, antes de ir à Eurovisão. Numa altura em que nem todos tinham a possibilidade de assistir a conteúdos televisivos, cerca de dois milhões e meio de telespetadores, assistiram à vitória de Simone de Oliveira, elogiando a canção, a artista e todo o espetáculo. Na leitura de Lopes (2015), a canção interpretada por Simone de Oliveira obteve grande visibilidade, não só por ser uma canção diferente do estilo praticado no Festival até então, mas também por a letra da canção ter uma forte componente ideológica que revelava a situação política e social da época. Ary dos Santos e Nuno Nazareth Fernandes, dado o estilo de música que escreviam e compunham, ficaram conhecidos pela sua contribuição para a renovação da música ligeira em Portugal. Ary dos Santos obteve um grande reconhecimento do público por utilizar, nas suas canções, metáforas, sátiras, ironias e linguagem quotidiana agressiva, como uma ferramenta para comunicar a situação política do país. Esta foi a primeira vez que o letrista participou no concurso. A partir daqui outras participações ocorreram e todas elas marcantes. Nuno Galopim (2018) refere que a presença de Ary dos Santos se tornou numa das referências mais importantes da história de todo o concurso em Portugal.

Não só a nível nacional, como também internacionalmente, a canção de Simone de Oliveira obteve uma projeção significativa. Como Lopes (2015) e Mangorrinha (2018) referem, nos dias que antecederam o FEC, a imprensa portuguesa destacou a presença de Simone de Oliveira em Madrid, cidade na qual se realizou o Festival Eurovisão. Já em Madrid, a canção foi bem recebida junto dos jornalistas. Estes teceram vários elogios não só à canção, mas também à sua intérprete. O público internacional também recebeu bem

a canção. Quando Simone de Oliveira chegou à capital espanhola, havia muitos fãs a esperá-la.

A canção acabou por não conseguir um bom resultado, o que gerou alguma controvérsia. No dia seguinte, após a atuação da canção “Desfolhada” no concurso europeu, os jornais encheram-se com as pontuações gerais do concurso, permanecendo a questão que já se levantara em anos anteriores: “afinal o que é preciso para uma canção vencer na Europa”; “Para quê concorrer?”. Apesar de a imprensa portuguesa considerar Simone de Oliveira um “sorriso de esperança”, a vitória acabou por ir para a França, a Espanha, o Reino Unido e a Holanda. Em Madrid, a canção portuguesa foi classificada em 15.º lugar, com quatro pontos (Lopes, 2015 e Mangorrinha, 2018).

O desfecho na Eurovisão para Portugal foi pouco animador, contudo, Simone de Oliveira foi a artista com melhor receção em Lisboa em toda a história do Festival (à exceção de 2017). Houve muitos portugueses que a esperaram na estação de Santa Apolónia com largos elogios e palavras de ordem e incentivo. Lopes (2015) e Mangorrinha (2018) elucidam-nos para o facto de a imprensa ter relatado o aparatoso regresso de Simone a Portugal depois da derrota em Madrid. Também Galopim (2018) nos alerta para a chegada em festa de Simone de Oliveira depois de participar no FEC. O desagrado face ao resultado na Europa

mobilizou muitos até à estação de Santa Apolónia, [e] traduzia por um lado a admiração pela interpretação com que Simone de Oliveira havia defendido a canção em Madrid. Mas, ao mesmo tempo, expressava uma clara adesão ao desejo de mudança que a própria canção acabava por traduzir. Ainda faltavam cinco anos para a queda do regime, mas na multidão que acolheu o regresso de Simone de Oliveira em Santa Apolónia estavam já lançados sinais dos tempos que vinham pela frente (p. 54).

Muitos aprovaram a canção e consideraram injusto o resultado no FEC, no entanto, houve críticos que, segundo Lopes (2015), consideraram um exagero proclamar a canção como um novo patamar na música ligeira portuguesa. Mário Castrim (1969), um dos principais críticos de televisão na época, chegou mesmo a afirmar que Simone de Oliveira cantou mal e a orquestração da canção também foi negativa. Castrim, citado por Lopes (2015), também afirmou que o facto de se ter apostado numa “música eslava foi uma das causas da derrota portuguesa” (p. 468).

A carga política da canção e o estilo musical distinto do apresentado no Festival RTP da Canção até então fez com que “Desfolhada” fosse o maior sucesso da carreira de Simone de Oliveira e uma das canções mais famosas do concurso até hoje (Lopes, 2015). Recentemente, Simone de Oliveira confessou ter ficado surpreendida pelo facto de a canção ter sido aprovada pela censura, uma vez que o verso “Quem faz um filho, fá-lo por gosto” era muito forte e “tudo menos o que a ordem moral então vigente teria por paradigma” (Galopim, 2018, p. 54).

No ano seguinte, como sinal de protesto, Portugal decidiu não participar no FEC. Contudo, realizou-se um Festival interno. A decisão de “virar as costas” à Europa não foi bem aceite por todos. Na imprensa assistiu-se à crítica de muitos, nomeadamente do compositor da canção “Desfolhada”. Nuno Nazareth reprovou a decisão. Críticos de música e televisão assim como compositores consideraram que a decisão afastaria o país da Europa e da visão que a mesma tinha de Portugal. Mais ainda, defenderam que a existência e a participação no concurso internacional era benéfica para a evolução da música portuguesa (Mangorrinha, 2018).

Em 1971 e 1972, Portugal voltou concorrer no Grande Prémio Eurovisão da Canção. No entanto, nestes anos, o Festival foi novamente alvo de críticas. As canções não reuniam consenso. A qualidade das canções, para os críticos, era relativa. Além da crítica às canções, a apreciação negativa do concurso foi também para o espetáculo televisivo em si, intitulado como medíocre, no qual se sobreponha o poder das editoras à música propriamente dita (Mangorrinha, 2018).

Em 1973, devido aos problemas da política ultramarina, a RTP apresentou um Festival marcado por músicas de intervenção com sátira e crítica. A sátira taurina, interpretada por Fernando Tordo e escrita pelo mesmo e Ary dos Santos, foi a canção vencedora (“Tourada”). Em plena Primavera Marcelista, aos olhos da censura, a letra de “Tourada” não passou despercebida. A canção era uma “metáfora e uma crítica à sociedade portuguesa daquele tempo” (Mangorrinha, 2018, p. 75). Apesar disso, a censura deixou que a canção participasse na Eurovisão. César Moreira Baptista, líder da Secretaria de Estado de Informação e Turismo, afastou a canção da “orientação de promoção da cultura para um serviço mais vocacionado para a promoção do país e, conseqüentemente, do regime (Mangorrinha, 2018, p. 75).

Aos olhos dos participantes de anos anteriores do concurso, dos cantores de música ligeira daquela época e da imprensa, Tordo com a canção “Tourada”, foi o justo vencedor. A crítica, no entanto, também teceu elogios pouco honrosos à canção. “Na imprensa, houve quem tentasse sensibilizar o povo português, antes da atuação no Luxemburgo: «Quem está contra deve escrever para o Luxemburgo, esclarecendo todo o eurofestival que ‘Tourada’ não tem o seu apoio» ” (*O Século Ilustrado*, citado por Mangorrinha, 2018, p. 77).

O resultado na Europa não foi favorável, mas Tordo e Ary dos Santos mostraram-se satisfeitos com a participação devido à conjuntura e ao momento político que o país atravessava, uma vez que “os problemas do povo português eram cada vez mais graves e verificava-se a total incapacidade das forças dominantes para os resolver” (Mangorrinha, 2018, p. 79). Lamentaram, todavia, que a maior parte dos membros do júri preferisse canções “para assobiar, do que poemas para pensar” (Mangorrinha, 2018, p. 78).

No ano da revolução de abril, “E Depois do Adeus” interpretado por Paulo de Carvalho, venceu o concurso. Ainda assim, para a imprensa, houve um grande retrocesso na qualidade das canções. A canção de Paulo de Carvalho foi a vencedora, apesar de estar longe daquilo que outrora Niza e Calvário (compositores da canção) fizeram (Mangorrinha, 2018). De acordo com Mangorrinha (2018) e Galopim (2018), a canção não ficou na história do Festival como uma das de maior sucesso, não obstante, tornou-se uma marca da revolução de abril ao ser a escolhida como primeira senha para ser utilizada na noite de 24 de abril. A carga “apolítica e o facto de ter sido a representante portuguesa desse ano no Festival da Eurovisão faziam de «E Depois do Adeus» uma canção acima de quaisquer suspeitas” (Galopim, 2018, p. 56).

3.2. O Festival RTP da Canção no contexto do fim do século XX e século XXI

3.2.1. O FRTPC do pós 25 de abril à década de 1980

No primeiro ano de Festival no novo regime político, 1975, as canções expressaram a transformação política e social do país. Este foi o último ano em que o concurso se designou Grande Prémio TV da Canção. Pretendia-se criar uma canção capaz de mostrar à Europa que Portugal era um país novo (Cardão, 2014; Mangorrinha, 2015; 2018 e Galopim, 2018).

Após o 25 de abril de 74, uma série de acontecimentos trouxeram mudanças no campo político, económico e cultural. A música popular¹³ não foi indiferente a estas mudanças e também se transformou. Deste modo, a música tornou-se um mecanismo de intervenção política, quebrando com todos os géneros e referências musicais persistentes até então. A música converteu-se num mecanismo de crítica, utopia e mobilização. Vários músicos quiseram quebrar com os estilos musicais associados ao salazarismo. Neste sentido, no período pós revolução, os músicos quiseram romper com o «nacional-cançonetismo» (Cardão, 2014). Esta vontade de quebrar com o estilo musical associado ao regime foi, pouco a pouco, acontecendo. As organizações de intervenção cultural e política que surgiram na época como o I e o II Encontro Livre de Canção Popular, o Coletivo de Ação Popular e o Grupo de Ação Cultural - «Vozes na Luta», foram dinamizadores para o fomento de um novo género de canção popular em Portugal. Estas organizações de intervenção cultural e política tinham fortes ligações ao Partido Comunista Português (PCP) e à União Democrática Popular (UDP). No entanto,

independentemente das divergências político-ideológicas e das diferentes opções estéticas, todas as organizações de intervenção cultural e política acreditavam na importância da canção de intervenção no movimento revolucionário, fosse por razões eminentemente comunicativas e pedagógicas, como mecanismos de agitação, mobilização e transformação social, ou como forma de congregar energias, reforçar a fraternidade e mobilizar a esperança (Cardão, 2014, p. 29).

Realizado em pleno PREC (Período Revolucionário em Curso), o concurso de 1975 retratou o panorama musical que caracterizava o período pós 25 de abril. Para a seleção da canção, primeiramente, a RTP convidou compositores e os mesmos escolheram os intérpretes (Cardão, 2014; Mangorrinha, 2018; Galopim, 2018).

Segundo Cardão (2014), as canções concorrentes desse ano tiveram forte vínculo político, sobretudo a canção “Alerta”, interpretada por José Mário Branco e composta

¹³ “Termo central na conceptualização, no discurso e na prática da música em Portugal desde meados do séc. XIX (...) Ao longo do séc. adquiriu vários significados, por vezes sobrepostos e em constante redefinição, articulados por diferentes atores (políticos, músicos, etnógrafos, folcloristas e coletores) no contexto social, cultural e político português. Conotou práticas expressivas diversas como a música de matriz rural, a canção urbana (incluindo o fado, sobretudo a partir da II Guerra Mundial) e a canção de intervenção. O termo «música popular» assentou nas noções de «povo» e de «cultura popular», utilizadas no período romântico, na República, no Estado Novo e no quadro da democracia. Deste modo, deve ser analisado tendo em conta o processo de construção da nação, em que a cultura expressiva desempenhou, historicamente, um papel central. O sentido do termo «música popular» varia histórica e culturalmente, tendo diferentes aceções em diferentes línguas” (Castelo Branco e Cidra, 2010, p. 875).

coletivamente pelo Grupo de Ação Cultural. Em 1975, grande parte das canções a concurso fizeram referência ao povo, “o que denotava o papel da música popular no processo de construção, representação e emblematização do «povo» a seguir ao 25 de abril” (Cardão, 2014, p. 30). Apesar das palavras de ordem da revolução popular do Grupo de Ação Cultural, a canção “Madrugada”, de José Luís Tinoco, interpretada por Duarte Mendes foi a vencedora. Esta não tinha a ousadia política que outras canções a concurso possuíam nesse ano, porém “não deixava de se referir ao «povo», o novo sujeito coletivo que emergia após o 25 de abril, referindo: «De braço dado e a arma flor/Fazem-se as margens do meu rio»” (Cardão, 2014, p. 30). De igual modo, como menciona Mangorrinha (2015), a canção interpretada pelo capitão de abril, lembrava, por um lado, quem tinha sofrido com o regime totalitário em Portugal e, por outro, evocava também a esperança num país renovado.

Na imprensa, artistas, jornalistas e críticos consideraram que a canção vencedora do FRTPC 1975 não tinha força suficiente para representar Portugal em Estocolmo. Outros referiram que a letra não era a mais apropriada para mostrar à Europa na altura. Contudo, em finais de 1975, a canção continuou a ser uma arma, mas agora com a diferença na dinâmica de ação popular (Mangorrinha, 2018).

Nos três anos que se seguiram, e em consonância com período de liberdade que se vivia, deu-se oportunidade ao povo para escolher a canção que representaria o país. Cada português pôde, em 1976, 1978 e 1979, votar na canção da sua preferência, através de boletins de voto que se encontravam na imprensa (Cardão, 2014; Mangorrinha, 2015; 2018 e Galopim, 2018).

Em 1976, o Festival intitulou-se “Uma canção para a Europa”. Nesse ano, o canal estatal pretendeu criar um espetáculo que fosse um momento fraterno entre músicos, poetas e público. Desta vez, a RTP convidou um único cantor – Carlos do Carmo. As canções foram, previamente, selecionadas por um júri composto por 14 elementos “em representação de sete organismos ou instituições ligadas às letras, à música e ao espetáculo” (Mangorrinha, 2018, p. 99) (Associação Portuguesa de Autores; Associação Portuguesa de Escritores; Empresa Pública de Rádiodifusão; Conservatório Nacional; Federação Portuguesa das Coletividades de Cultura e Recreio e Sindicato dos Jornalistas). Concorreram 133 canções, das quais o júri selecionou oito que foram interpretadas por Carlos do Carmo, a 22 de fevereiro de 1976, e votadas através de cupões de voto publicados na imprensa de 15 a 21 de fevereiro do mesmo ano.

O novo método reuniu apoiantes e não apoiantes. Por um lado, houve artistas que defenderam este método, afirmando ser o mais democrático, deixando de lado a luta de editoras e favorecendo o Festival, para o seu efeito, as canções. Por outro lado, alguns artistas não concordaram com o novo método uma vez que o mesmo poderia vir a perder o interesse junto do público, devido à falta de “despique” (Mangorrinha, 2018). Também Cardão (2014) mencionou que esta opção evidenciou “a importância da criação musical e poética, centradas na qualidade musical e expressão do texto, e retirou protagonismo ao cantor individual, particularmente aos chamados «vícios» do vedetismo e da vaidade” (p. 31). O mesmo autor acrescenta ainda que esta nova vertente do Festival foi criticada na imprensa, uma vez que era impeditiva da dinamização do meio musical português.

A canção vencedora foi “Uma Flor de Verde Pinho”, letra de Manuel Alegre e música de José Niza. Contudo, o concurso da RTP de canções de 1976 pareceu para muitos

uma luta política entre o PS e o PCP em vésperas das eleições para as Constituintes, como alguns apontaram e confirmaram junto da imprensa, pela arregimentação de votos a que se assistiu. O despique travou-se entre os poetas Manuel Alegre (1.º lugar) e Ary dos Santos (2.º e 6.º lugares) (Mangorrinha, 2018, p. 101).

Após a vitória, Manuel Alegre entregou o valor do prémio (25 escudos) ao Partido Socialista (PS), como contributo para a campanha eleitoral da Assembleia Constituinte. A esquerda vencera o Festival e, novamente, como defendem Cardão (2014) e Mangorrinha (2015; 2018), a dimensão política se aliava ao concurso.

Apesar das opiniões negativas que sempre acompanharam o Festival, para os críticos e músicos, o Festival de 76 foi, e continua a ser, considerado o concurso que reuniu maior qualidade poética e musical. Cardão (2014) afirma que, nesse ano, a RTP considerou ter encontrado uma forma pedagógica e culturalmente legítima de transmitir o FRTPC. Porém, após o Festival da Eurovisão desse ano, o sentimento entre os jornalistas era semelhante. Muitos escreveram que Portugal defendeu uma boa canção e interpretação, apesar de ter obtido uma baixa pontuação. A canção não estava ao nível e ao estilo das canções europeias apresentadas que já revelavam outros estilos e géneros (Cardão, 2014; Mangorrinha, 2018).

Após três Festivais marcados por questões políticas, no ano de 1977, a RTP quis afastar todas as canções com teor político, canções essas, que expressavam, por exemplo, temas

cujo imaginário poético era próximo do ideal político do PREC (Cardão, 2014). Cardão (2014) e Mangorrinha (2018) mostram que a pré-seleção de canções concorrentes ao FRTPC 1977 antes de ser apresentada ao público foi feita pela RTP. Depois, coube ao público, à semelhança do que acontecera no ano anterior, selecionar a canção vencedora através de boletins de voto disponíveis na imprensa. O Festival incluía sete canções, com a mesma canção a ser interpretada por dois intérpretes diferentes. Na edição do Festival de 1977, as temáticas das canções foram diversas, ainda que se verificasse alusão a Portugal em três delas, uma das quais a vencedora do concurso. A canção vencedora foi “Portugal no Coração”, interpretada pelos Amigos e letra e composição de Ary dos Santos, que estava politicamente próximo do PCP. Muitos consideraram que foram os votos dos apoiantes e simpatizantes do PCP que possibilitaram a vitória. A RTP quis afastar a componente política e o processo revolucionário do Festival, contudo, a canção mantinha um pendor político, uma vez que na sua letra “operava uma fusão entre esquerda e nacionalismo, e contrariava a ideia de que a questão de identidade era um exclusivo da direita” (Cardão, 2014, p. 32).

Apesar de se ter verificado ainda algum teor político no Festival em 1977, tal como acontecera na rádio, onde foram extintos programas nos quais as canções de intervenção tinham presença habitual, a televisão pública e, neste contexto, o Festival RTP da Canção, também procurou demarcar-se de conteúdos e de canções políticas. Assim, “a perda de notoriedade da canção de intervenção, e o desaparecimento de um conjunto de funções (programáticas, prescritivas, propagandísticas) que a ela estavam associadas, era sintomática de um tempo de normalização política e transformação cultural” (Cardão, 2014, p. 33).

No ano de 1978, os Gemini, considerados uma espécie de ABBA portuguesas, venceram a edição do Festival RTP da Canção. A canção com que venceram, “Dai-li-Dai-Li-Dou”, procurou aproximar-se dos géneros internacionais. Entrava-se assim numa nova fase do Festival

que nesse ano reintroduziu o sistema de votação por um júri previamente escolhido e passou a premiar as canções que estivessem vinculadas à estética *pop* internacional, obedecendo a uma nova lógica televisiva que exigia profissionalismo, sentido coreográfico e cenográfico. No Festival interessava sobretudo ser «moderno», acreditar nas possibilidades criativas da imagem e interpretar canções que fossem apelativas no Festival Eurovisão, seguindo naturalmente os moldes das canções comerciais (Cardão, 2014, p. 33).

Deste modo, “a partir de finais dos anos 70, a RTP tenta registos diversos, tendo em vista posicionar-se internacionalmente, embora participando sempre de forma retraída, pois ganhar a Europa nunca foi a aposta” (Mangorrinha, 2015, p. 49). Apesar de várias tentativas e diversidade de produção musical, que passaram por propostas de cariz tradicional português e outras vinculadas ao *pop/rock*, o certo é que, segundo Mangorrinha (2015), as canções a concurso no FRTPC estiveram sempre longe do cosmopolismo internacional.

Na imprensa, nos anos de 1977, 1978 e 1979, as canções e os intérpretes foram ridicularizados devido à pobre qualidade e inadequação à época. Músicos e críticos não entendiam por que apareciam durante o ano, em Portugal, canções bonitas, interpretadas pelos artistas que cantavam no Festival, e depois, quando iam ao concurso a canção que apresentavam era banal e de fraca qualidade (Mangorrinha, 2018). Nesse sentido, de acordo com Cardão (2014), deu-se início a um processo de resistência cultural. Alguns autores, perante o desencanto que sentiam face à música portuguesa, em muito transmitida nos FRTPC, desencadearam um conjunto de iniciativas contra-hegemónicas, como o evento *Contra Festival da Canção*. Estas iniciativas, que reuniam intérpretes e compositores de outros países, tinha o intuito de ser uma “reação contra a uniformidade, «banalidade» e as lógicas mercantis e publicitárias que as multinacionais do audiovisual impunham no Festival Eurovisão” (Cardão, 2014, p. 34).

Em 1980, o Festival passou a ser a cores. No início da década de 80, começaram as emissões a cores na televisão portuguesa, através do sistema de cor alemão, o PAL, ao invés do sistema francês, o SECAM. Os televisores esgotaram. Cerca de 40% da população portuguesa teve oportunidade de visualizar as transmissões inaugurais (Mangorrinha, 2018).

De acordo com Cardão (2014); Mangorrinha (2018) e Galopim (2018), nos anos 80, a RTP testou diversos métodos e regras para escolher uma canção para levar à Europa. Também neste período, começaram a participar vozes menos conhecidas e começou a haver uma tentativa de aproximar as canções portuguesas às da Europa.

Se, por um lado, como já referido, existiu uma força resistente cultural que lutava para contrariar a música popular que emergia nestes festivais, por outro, o Festival da Canção tornou-se cada vez mais *pop*. Este género musical que emergia era “constituído maioritariamente por melodias simples, letras facilmente memorizáveis e

despretensiosas, que incidiam invariavelmente sobre temáticas sentimentais ou amorosas, o novo *pop* distinguia-se também por privilegiar a dança e o divertimento” (Cardão, 2014, p. 34). Começou também a atribuir-se maior importância à imagem e a moda valorizava a performance e o estilo do artista. Em contraste com a sobriedade cenográfica dos Festivais após o 25 de abril, os Festivais do início da década de 1980, recorreram a encenações, adereços e penteados mais ricos, para favorecer os artistas e a atuação. Como refere Cardão (2014) “na década de 1980, o Festival substituiu as clivagens políticas para as divergências de índole estética, ou controvérsias sobre o (bom) gosto, através das quais se operava uma separação entre as canções ditas de qualidade dos temas meramente comerciais” (p. 35).

A canção vencedora em 1980 foi um espelho claro das transformações que a RTP procurou incluir no Festival. A canção “Meu grande, grande amor”, interpretada por José Cid, foi considerada competitiva e de fácil memorização, formalmente *pop*, portanto. O facto de José Cid ter cantado o refrão em várias línguas permitiu uma maior internacionalização da canção. Porém, o Festival e a canção vencedora, de acordo com Cardão (2014) e Mangorrinha (2018), não agradou a todos. Na imprensa, os críticos apelidaram a edição do FRTPC de 1980 como “festivaleiro” e comercial.

Houve críticos que defenderam que a canção “Ali Babá” deveria ter ganhado, uma vez que consideraram que internacionalmente pudesse ter mais êxito. Contudo, houve quem defendesse Cid, afirmando que a vitória fora merecida, dado o contexto que se vivia mundialmente: a Guerra Fria. Em reportagens, crónicas e críticas em jornais especializados em música, como, por exemplo o *Musicalíssimo*, os críticos defenderam que apesar de poderem ter existido, na edição desse ano, músicas de qualidade igual ou superior à de Cid, a sua canção venceu, devido à força da letra, que evocava o amor e o ultrapassar dos obstáculos (uma referência ao Muro de Berlim) (Mangorrinha, 2018).

José Cid marcou bastante o estilo musical no início da década de 80, contudo, segundo Cardão (2014) foram as Doce que melhor personificaram a viragem para o *pop*. As Doce foram vistas como um produto da indústria musical e tinham como imagem de marca a sensualidade. Este grupo musical feminino, que diversificou o meio quase todo ele masculino do *pop-rock* português, participou vários anos nesta década neste evento musical. No entanto, conseguiram sempre resultados que ficaram aquém das suas expectativas. Estes resultados podem ser considerados, segundo Cardão (2014), à luz de um certo conservadorismo em termos de valores e comportamentos que continuavam a

predominar fora dos grandes centros urbanos. Aceitar um grupo feminino que ousava nas suas atuações, era difícil. Para muitos, na década de 80, as Doce foram uma nova consciência cultural que personificava a ousadia, o desejo feminino, o direito ao prazer e à satisfação pessoal. No entanto, para outros, o grupo feminino simbolizava o folclore *pop* das reivindicações feministas, ou a sua redução a uma performance superficial e inconsequente. Apesar de não terem tido o apoio de todos, o grupo conseguiu vencer o Festival em 1982 com o tema “Bem Bom”.

A televisão a cores, as “festivaleiras” Doce, o “Playback” de Carlos Paião, as baladas de Armando Gama, Maria Guinôt e Adelaide Ferreira, a desconhecida, mas marcante Dora e os irreverentes Da Vinci, não foram suficientes para convencer os seguidores do Festival. Deste modo, o concurso foi perdendo adeptos. A falta de qualidade das canções a concurso e, por conseguinte, da música popular foi, de novo, motivo de reportagens e entrevistas na imprensa portuguesa. Os críticos lamentam a “pobreza intelectual” e a “falta de imaginação” dos letristas nas canções. Para os críticos, o Festival refletia uma falta de perspetiva cultural do país. Além da crítica à música portuguesa, a crítica ao sistema e aos moldes do concurso (sobretudo sistema de votação) também foi julgado, a par da organização e dos próprios apresentadores do concurso (Mangorrinha, 2018).

Para Tozé Brito (1986), a má qualidade do Festival estava relacionada com a menor importância que a RTP vinha a dar à música na sua programação. A estação pública apenas se lembrava de música em março, altura em que se realizava o concurso. Desta forma, muitos artistas deixaram de ver o convite para participar no FRTPC como uma honra (Mangorrinha, 2018).

Todos os anos se afirmava que

um novo Festival tinha sido o pior de sempre, depois de serem tentadas as mais diversas soluções, por concurso, convite, nomeação, à espera que chegasse a qualidade (...) A crítica continuava certa sobre alguns pontos continuados por parte da televisão do Estado, no que respeita ao seu Festival (Mangorrinha, 2018, p. 160).

3.2.2. A descrença no FRTPC

Mangorrinha (2015; 2018) e Galopim (2018) mencionam que as canções do período de 80 tiveram sucesso e marcaram a história do FRTPC, no entanto, pouco a pouco, o mesmo começou a perder o interesse, sobretudo desde 1986. Em finais da década de 80, início de

90, a imprensa abordava o Festival com ironia. Era notória a falta de investimento que a RTP vinha a dar ao concurso. Diversas razões para o crescente desinteresse pelo concurso foram apontadas.

A abertura do país à produção fonográfica internacional, especialmente música anglo-americana e à música popular brasileira, o incremento de tempo de emissão da RTP, com programas de divulgação musical e tabelas de vendas (*tops*) assentes em telediscos, e a divulgação de novos estilos que se desenvolviam na música popular internacional (...) num período de afirmação do *rock* português alargaram o universo musical (César e Tilly, 2010, p. 505).

Estas razões ditaram o desentusiasmo que foi tendo consequências graduais no Festival da Canção ao longo da segunda metade da década de 80. Nos anos 90, o desinteresse foi-se acentuando, sobretudo com a criação de canais televisivos privados que apostaram “em programas de carácter competitivo, assentes na interpretação de canções da música popular internacional, destinados à participação de intérpretes amadores em busca de uma carreira musical” (César e Tilly, 2010, p. 505).

Neste período, o FRTPC estava longe de viver os melhores anos e distante, também, dos espaços de maior popularidade da música portuguesa. “Compositores e intérpretes que então faziam discos que rodavam na rádio e que eram falados pela imprensa especializada não tinham sequer o concurso nos seus horizontes de interesse ou mesmo de estratégia” (Galopim, 2018, p. 63).

Na década de 90, assistiu-se, no FRTPC, a músicas *pop* ou a músicas com fortes raízes tradicionais. Houve canções ao gosto étnico, trovadoresco, folclórico, romântico, com ou sem inclusão de instrumentos tradicionais portugueses e outros que permitiam sonoridades diferenciadoras. Ainda assim, o Festival, de dia para dia, perdia espaço, público e mobilização por parte do público (Mangorrinha, 2018). Contudo, foi nesta década que Portugal conseguiu alcançar os melhores resultados na Eurovisão. Depois de Dulce Pontes com “Lusitana Paixão”, Dina com “Amor de Água Fresca”, Anabela com “Cidade Até ser Dia”, Sara Tavares com “Chamar a Música” e Tó Cruz com “Baunilha Chocolate”, Portugal conquistou o melhor resultado de sempre na Eurovisão, o sexto lugar com a canção “O Meu Coração Não Tem Cor”, interpretada por Lúcia Moniz. Não obstante, os anos que se seguiram foram dos mais criticados e dos que alcançaram piores resultados no concurso europeu. De acordo com Mangorrinha (2015), após o bom resultado de Lúcia Moniz e já em pleno século XXI, a imagem do Festival denegria-se de

ano para ano, mesmo depois de a RTP ter testado várias fórmulas para eger e compor uma canção. Depois de festivais pouco conseguidos, o certame deixou de fazer parte da vida dos portugueses e “perdia-se o fulgor mediático que a imprensa, anteriormente, dedicava ao FRTPC” (p. 60). Também Galopim (2018), como crítico do FRTPC, referiu que, em inícios do século XXI, a RTP estava a perder a capacidade de fazer deste programa um verdadeiro acontecimento televisivo. No entanto, o mesmo autor refere ainda que, apesar do desinteresse instaurado face a este concurso, houve quem nunca desistisse. Houve uma “comunidade de músicos que o abraçou e um fenómeno de fandom que cresceu (sobretudo após o advento da *internet*)” (p. 63).

Com o alargamento da Eurovisão aos países de Leste, o concurso criou novas regras e definiu critérios de presença com base na pontuação mais recente de cada país, e posteriormente, criou as semifinais das quais apenas passam às finais determinado número de países/canções. Devido a estas mudanças, a presença portuguesa no palco da final da Eurovisão passou a ser praticamente inexistente (salvo em 2008, 2009 e 2010) (Mangorrinha, 2015; 2018 e Galopim, 2018).

O Festival voltou a estar presente na vida dos portugueses, embora em número inferior àquele que outrora fora, em 2008. De acordo com Mangorrinha (2015; 2018) e Galopim (2018), foi com a canção “Senhora do Mar” que a esperança numa vitória no Festival cresceu. Na imprensa, a crítica foi consensual e relativamente positiva. Acreditava-se que se tinha encontrado um registo certo de canção capaz de destonar a concorrência europeia (Mangorrinha, 2018). Vânia Fernandes (intérprete da canção) conseguiu a melhor posição alguma vez conseguida (um segundo lugar na semifinal). Ainda assim, não foi suficiente para vencer.

Nos dois anos seguintes, Portugal passou de novo à final, mas piorando o resultado que conseguira em 2008. Primeiro com a canção “Todas as Ruas do Amor”, dos Flor de Lis, que foi para os críticos nacionais e internacional considerada uma *world music*, isto é, uma música que alia as artes populares com a harmonia musical, depois com “Há Dias Assim”, interpretada por Filipa Azevedo (Mangorrinha, 2018 e Galopim, 2018).

Em 2011, os Homens da Luta, em jeito de protesto face ao período de austeridade e crise económica que se vivia em Portugal, venceram com a canção “A Luta é Alegria”. A canção recuperou o imaginário da canção protesto do PREC (Mangorrinha, 2015; 2018 e Galopim, 2018). A polémica do Festival alimentou os jornais de imprensa e televisivos

nessa semana, trazendo, de novo, o Festival e a sua polémica para o tema da ordem do dia. Jel (Nuno Duarte), um dos intérpretes, foi convidado por diversos meios de comunicação para entrevistas (Mangorrinha, 2018). Os principais jornais e revistas portuguesas acompanhavam os Homens da Luta por Portugal e pelas manifestações em que participavam, nomeadamente, o protesto da “Geração à Rasca”, a 12 de março de 2011. De igual modo, acompanhavam, de cidade em cidade, os concertos espontâneos que os vencedores faziam pelas ruas com canções de intervenção. Os Homens da Luta “estiveram no centro social e puseram os mais jovens a bater-lhes palmas” (Mangorrinha, 2018, p. 189). A imprensa internacional considerou a canção portuguesa irritante. Ainda assim, a maior parte dos jornalistas estrangeiros presentes na Eurovisão na Alemanha consideraram fantásticas as conferências dos cantores portugueses (Mangorrinha, 2018).

No ano de 2012, a canção portuguesa não teve grande expressão, ao contrário daquela que venceu em 2014. “Eu quero ser tua”, interpretada por Suzi com letra e composição de Emanuel, levantou uma onda de protestos na *internet*, colocando vários portugueses a falar do concurso. Em discussão estava o estilo musical popular da canção vencedora. Acerca deste assunto, Mangorrinha (2015) referiu que este é o estilo de música mais consumido pela massa portuguesa, no entanto, “deixa em minoria o gosto da chamada intelectualidade” (p. 64).

A crítica relativamente à vencedora e ao Festival em si, sobretudo ao sistema de votação, foram de novo alvo de críticas, em 2015. A canção *pop* “Há um Mar Que Nos Separa”, interpretada por Leonor Andrade, composição e letra de Miguel Gameiro, foi a vencedora. Na Europa, a canção não convenceu e não chegou à final (Mangorrinha, 2018).

Depois do mau resultado e com o aproximar dos 60 anos da RTP, o canal estatal decidiu fazer uma pausa no concurso e na sua participação na Eurovisão para repensar os moldes em que o programa televisivo deveria ser feito e encontrar uma fórmula para trazer, de novo, o Festival para a vida dos portugueses. Deste modo, em 2016, o concurso não se realizou (Mangorrinha, 2018).

3.2.3. 2017: o ano da mudança

Face a 50 anos de Festival RTP da Canção e de Portugal na Eurovisão, com algumas não participações no concurso internacional pelo caminho, Mangorrinha (2015), afirmou, que

a RTP nunca investiu verdadeiramente no concurso. Tal refletiu-se na imagem que passou e, conseqüentemente, nos resultados obtidos no concurso FEC. Por um lado, existem países, que recorrem ao Festival Eurovisão para passar mensagens políticas e para promover credenciais europeias. Por outro lado, há países que não conseguem ou não querem investir, como os países ganhadores o fazem.

Segundo Mangorrinha (2015), Portugal, em 50 anos de participações na Eurovisão, apresentou canções bem construídas, no entanto, as mesmas nunca conseguiram bons resultados e reconhecimento na Europa, uma vez que não se revelaram competitivas em comparação com outros países da Europa que investiram e promoveram a sua canção e imagem. Tal aconteceu porque a RTP nunca teve intenção de ganhar (até 2014). Para o autor, Portugal, para marcar a sua posição no concurso, necessitaria de aliar à qualidade musical, à modernidade e à consistência artística, um enquadramento promocional que fosse ao encontro da realidade eurovisiva, uma vez que para além da competição musical, existem outros pormenores que interessam no momento da atuação.

Outras variáveis que condicionaram o voto e as classificações portuguesas estão relacionadas, não só com as produções musicais, mas com as campanhas promocionais da canção. Até ao ano de 2015, Portugal, e mais concretamente a RTP, não apostou nesse aspeto. O canal público de televisão, ao contrário de outros países, nunca viu no Festival e na participação na Eurovisão, uma oportunidade para a exportação da música portuguesa e promoção de recursos turísticos. Para além disso, entrar no quadro competitivo para conseguir vencer o concurso e organizar o evento não fazia parte dos planos (Mangorrinha, 2015).

Em 2016, a RTP decidiu parar para repensar neste concurso para voltar no ano seguinte, ano que coincidia com as comemorações dos 60 anos da RTP. Para a reinvenção do Festival, foram convocadas diversas figuras para uma primeira reunião de trabalho, na qual se discutiram ideias. Participaram nessa reunião radialistas, jornalistas, músicos (alguns deles com experiência eurovisiva), profissionais de televisão e fãs do Festival da Canção. Numa segunda instância, foi organizado um grupo de trabalho que, nos meses seguintes, definiu e aplicou um plano de ação. Desse grupo faziam parte Nuno Artur Silva (administrador), Gonçalo Madaíl (Subdiretor de Programação da RTP1), Carla Bugalho (produtora), Henrique Amaro (radialista e consultor do projeto) e Nuno Galopim (jornalista e também consultor para o Festival da Canção) (Galopim, 2018).

A estratégia do grupo de trabalho formado para a remodelação do concurso passou pelo “envolvimento na composição das canções concorrentes dos nomes mais relevantes do panorama da música popular atual (Galopim, 2018, p. 69). Coube aos consultores para o Festival da Canção, Henrique Amaro e Nuno Galopim, o papel de convocar pessoalmente os 16 nomes dos compositores selecionados. A lista dos compositores envolvia muitos nomes que nunca tinham passado pelo Festival. Tentou assegurar-se uma certa representatividade de várias gerações e uma diversidade de géneros musicais. Todos os convidados eram artistas com carreiras sólidas e reconhecidas para quem o Festival não era um motivo para ter visibilidade (Galopim, 2018). Segundo Mangorrinha (2018), muitos compositores ficaram surpreendidos com o convite, visto que representavam novos contextos musicais no concurso.

Depois do desfile de 16 canções, oito destas passaram à final, no Coliseu dos Recreios. “Amar Pelos Dois” foi a canção vencedora. A canção conseguiu o primeiro lugar do júri e o segundo do televoto. Anteriormente, na semifinal, venceu também pelo júri, mas no televoto ficou em terceiro lugar. Após a primeira semifinal do FRTPC 2017 houve “um acesso debate nas redes sociais, mais levantando pelos gestos e indumentária de Salvador Sobral do que pela canção que ali se defendia, o encanto foi, todavia, crescendo” (Galopim, 2018, p. 70). Na final, o entusiasmo cresceu mesmo perante aqueles que não consumiam habitualmente o Festival. Muitos, porém, disseram que aquela não era uma canção “de festival” e, por isso, a canção parecia não ter o mais brilhante dos horizontes pela frente. O tempo veio confirmar o contrário, visto que a canção se multiplicou por Portugal. A primeira etapa da remodelação da seleção nacional estava findada. Após esta vitória, a comunicação social falava em peso de Luísa e Salvador Sobral. As redes sociais também foram palco para a promoção da canção e do artista (Mangorrinha, 2018 e Galopim, 2018).

Rumo a Kiev para a representação de Portugal no FEC 2017, partiu primeiro Luísa Sobral, devido às condições de saúde de Salvador Sobral. Contudo, dias mais tarde, o artista chegou e as atenções viraram-se para ele. Salvador era ansiosamente esperado. A canção vinha a ganhar terreno e a subir na casa das apostas de dia para dia. Delegações, artistas e fãs de outros países sabiam a canção “Amar pelos Dois”. A comunicação social internacional queira uma entrevista com Salvador Sobral.

Salvador acabou por vencer com 758 pontos, fruto da pontuação máxima do júri e do público. Após o concurso, Salvador Sobral e a delegação portuguesa deram uma

entrevista ainda em Kiev. No entanto, os maiores festejos sucederam-se, no dia seguinte, em Lisboa. No aeroporto, a delegação portuguesa foi recebida em euforia tendo aí ocorrido a primeira conferência de imprensa em território nacional. Os media presentes aproveitaram aquele momento para trocarem as primeiras palavras com os irmãos Sobral após a vitória histórica para o Portugal. Deste modo, em 2018, coube à RTP organizar o Festival Eurovisão da Canção (Mangorrinha, 2018 e Galopim, 2018).

Em 2018, no FRTPC, Cláudia Pascoal com o tema “O Jardim” venceu, depois de mais uma vez o concurso estar envolto em polémica, devido à acusação de plágio da canção de Diogo Piçarra (“Canção do Fim”). O cantor acabou por desistir do concurso. Na Eurovisão, “O Jardim” ficou em último lugar (Mangorrinha, 2018).

Já em 2019, mais uma vez, as opiniões acerca do certame foram controversas. A canção “Telemóveis” e o seu intérprete e compositor, Conan Osíris, não reuniram consensos. Na Eurovisão, Portugal não conseguiu chegar à final.

Nos últimos três anos, a maior aposta e investimento da RTP em termos de promoção, organização e diversidade musical no Festival, pode ajudar a compreender o facto de FRTPC ter voltado a ganhar adeptos e o reconhecimento de compositores portugueses conceituados.

Ainda que se tenha verificado uma maior cobertura deste evento por parte da comunicação social em 2017, 2018 e 2019, segundo Galopim (2018), foram e são os blogues e *sites* de *fan media*, sobretudo desde o início do século XXI, que têm prestado mais atenção a este certame.

4. COMO É QUE O FESTIVAL RTP DA CANÇÃO E A PARTICIPAÇÃO DE PORTUGAL NA EUROVISÃO FORAM NOTÍCIA NO TELEJORNAL DA RTP1 EM 1969 E EM 2017

4.1. Estratégia Metodológica

No presente trabalho de investigação pretendeu-se estudar o Festival RTP da Canção e a respetiva participação de Portugal no Festival Eurovisão da Canção como notícia em televisão. Não se revelou possível estudar todos os anos do FRTPC e de Portugal no FEC nos noticiários televisivos, uma vez que este certame tem mais de 50 anos de história e o material sujeito a análise não se encontra todo disponível ou não está em bom estado de visualização. Deste modo, optou-se pela análise do FRTPC e da respetiva participação de Portugal no FEC no Telejornal da RTP1 em 1969 e 2017. Estes anos corresponderam ao ano da vitória de Simone de Oliveira (“Desfolhada”) e de Salvador Sobral (“Amar pelos Dois”), respetivamente. Selecionaram-se estes anos, uma vez que foram aqueles que tiveram maior impacto e interesse junto do público e dos media, como foi possível constatar no capítulo três da presente dissertação. Optou-se por analisar a noticiabilidade deste evento a partir do Telejornal da RTP, pois na academia já existem trabalhos que utilizam notícias da imprensa escrita como objeto de estudo, utilizando-as para retratar a história do concurso ou para estudá-las do ponto de vista da sua musicalidade (Mangorrinha, 2015; 2018; Lopes, 2014; 2015).

Assim, procedeu-se a uma análise comparativa do Festival no Telejornal da RTP1 em períodos distintos da história de Portugal, da televisão e da forma de fazer informação em televisão. A pergunta de partida que orientou a investigação foi a seguinte: “Como é que o Festival RTP da Canção e a respetiva participação de Portugal no Festival Eurovisão da Canção foram notícia no Telejornal da RTP1 em 1969 e em 2017?”. Os objetivos gerais que se pretenderam concretizar com a presente investigação foram os seguintes:

- ➔ Verificar qual o espaço que o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC ocuparam no Telejornal da RTP1 face às restantes notícias em 1969 e 2017;
- ➔ Analisar o espaço informativo que o Telejornal da RTP1 fez ao FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC nos anos de 1969 e 2017;

- Comparar o espaço dado ao FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC no Telejornal da RTP1 de 1969 e de 2017;
- Entender as principais tendências do jornalismo de televisão em épocas distintas da história de Portugal e da televisão;
- Perceber de que forma e o motivo pelo qual o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC têm espaço no Telejornal da RTP1 em épocas distintas da história de Portugal.

Em termos metodológicos recorreu-se a uma abordagem qualitativa. O método qualitativo analisa um determinado fenómeno na sua especificidade, nomeadamente unidades sociais delimitadas. Uma abordagem qualitativa de investigação permite um grau de aprofundamento dos acontecimentos valorizando o sentido que os agentes sociais conferem à sua própria ação. A investigação tem um propósito exploratório e explicativo (Almeida e Pinto, 1990). De acordo com a abordagem metodológica escolhida, decidiu-se recorrer a um procedimento de pesquisa documental em que as fontes provêm dos meios de comunicação social, neste caso, de um noticiário de televisão. As fontes documentais são capazes de proporcionar dados quantitativos e qualitativos. O campo de observação selecionado foram as peças jornalísticas apresentadas no Telejornal da RTP1 em 1969, no período compreendido entre 17 de fevereiro e três de março e no período de 22 de março a cinco de abril, e no Telejornal da RTP1, em 2017, no período de 12 de fevereiro a 12 de março e no período de dois de maio a 16 de maio, uma vez que incidiram nos períodos em que o FRTPC e o FEC se realizaram nos anos selecionados para análise. Estes períodos corresponderam às semanas antes, durante e após a realização do certame nacional e internacional. Em 1969, o certame em Portugal ocorreu a 24 de fevereiro e a Eurovisão a 29 de março. Em 2017, o concurso ocorreu em três eventos: duas semifinais (19 e 26 de fevereiro) e a final a 5 de março. O Festival na Europa dividiu-se também em três espetáculos: as duas semifinais a 9 e 11 de maio, com a participação de Portugal na primeira, e a final que ocorreu a 13 de maio.

Inicialmente, pensou-se na possibilidade de realizar uma análise de conteúdo das peças com carácter mais quantitativo. No entanto, tal opção foi abandonada, visto que estatisticamente não se justificava, especialmente para a análise do ano de 1969, pois não existe material suficiente disponível. Para a consulta das peças referentes a 1969 foi necessário consultar os Arquivos da RTP1. Devido à antiguidade dos registos referentes

a 1969, o Arquivo da RTP não dispõe dos telejornais completos. Existem, no entanto, registos dos alinhamentos dos telejornais do século XX. Em vídeo, apenas existem algumas peças soltas. Dessas peças soltas, foi possível encontrar no Arquivo da RTP duas peças referentes ao tema em análise no ano de 1969: “VI Grande Prémio TV da Canção Portuguesa” (anexo 1) e “Chegada de Simone de Oliveira a Santa Apolónia” (anexo 2). No entanto, não há registo destas peças nos alinhamentos do Telejornal. Desta forma, para efeitos de análise, apenas se consideraram as peças presentes nos alinhamentos dos dias definidos para a análise. Para a consulta dos telejornais e respetivas peças referentes ao FRTPC e FEC 2017, consultou-se o *site* da *internet* da RTP1.

Após reunidos os telejornais e as respetivas peças noticiosas, procedeu-se à descrição do material disponível e à comparação dos dados relativos a 1969 e a 2017. Para a realização da descrição e comparação dos dados relativos aos dois anos foram criadas três dimensões de análise: a dimensão formal, a dimensão do conteúdo e a dimensão da produção.

Na dimensão formal¹⁴ foi analisado e descrito o Telejornal dos dias selecionados para observação. Os mesmos foram selecionados, uma vez que continham conteúdos sobre a temática em análise. Na análise, prestou-se atenção a todos os assuntos tratados nesse noticiário e não só aos que se encontravam relacionados com o Festival. Deste modo, procurou averiguar-se a categoria temática dominante nos telejornais em observação, seguindo-se o modelo de análise proposto por Brandão (2005) que propôs agrupar as notícias dos noticiários televisivos portugueses nas seguintes categorias¹⁵: «política nacional»; «assuntos militares e policiais»; «política internacional»; «problemas sociais»; «tribunais e justiça»; «ordem interna»; «sindicatos e organizações profissionais»; «greves e protestos»; «acidentes e catástrofes»; «economia e negócios»; «comércio e indústria»; «transportes e trânsito»; «saúde e serviços sociais»; «ciência e tecnologia»; «educação»; «habitação e obras públicas»; «ambiente»; «energia»; «função pública»; «desporto»; «artes e cultura»; «cerimónias, festividades e solidariedade»; «comunicação»; «moda e beleza»; «casos diversos»; «religião» e «tempo». Para efeitos de análise foi selecionada

¹⁴ A análise da dimensão formal ajudou a responder aos objetivos de investigação “verificar qual o espaço que o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC ocuparam no Telejornal da RTP1 face às restantes notícias em 1969 e 2017”; “comparar o espaço dado ao FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC no Telejornal da RTP1 de 1969 e de 2017”; “entender as principais tendências do jornalismo de televisão em épocas distintas da história de Portugal e da televisão” e “perceber de que forma e porquê o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC têm espaço no Telejornal da RTP1 em épocas distintas da história de Portugal”.

¹⁵ A definição das categorias em análise encontra-se no anexo 3.

a categoria temática que, em termos de número de peças e duração, mais tempo ocupou no espaço informativo em observação. Na presente investigação, optou-se por referir o tema do Festival na categoria temática «casos diversos», por se tratar de entretenimento, nomeadamente, concursos de televisão e celebridades. No entanto, como refere Dora Santos Silva (2009; 2012), investigadora na área da cultura, informação, comunicação e cultura digital, embora esta opção não seja consensual na academia, o entretenimento tem vindo a ser integrado na secção de cultura das redações.

Assim como o conceito de cultura tem vindo a sofrer adaptações ao longo dos tempos, não se restringindo aos campos das artes, como se discute no capítulo um, o jornalismo na área da cultura também tem passado por alterações, resultado dessa discussão (Silva, 2009). As primeiras publicações e jornais especializados em cultura, dedicavam-se a cobrir obras literárias e artísticas e a relatar as novidades sociais. Na passagem do século XIX para o século XX, nomeadamente nos EUA, as publicações sobre cultura passaram a misturar informação com entretenimento e lazer, promovendo de forma crescente o culto das celebridades (Silva, 2012). Atualmente, a definição e atuação do jornalismo cultural não é unânime nos media mundiais e portugueses. Segundo Silva (2009), existem publicações que optam por uma abordagem “clássica” (que abrange apenas os campos das belas-artes e das letras), outras optam por alargar o campo da cultura aos produtos das indústrias culturais e criativas. Deste modo, o jornalismo de cultura tende hoje a ser definido como

uma zona muito complexa e heterogénea de meios, géneros e produtos que abordam com objetivos criativos, reprodutivos e informativos os terrenos das belas-artes, as belas-letras, as correntes de pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspetos que têm a ver com produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar a sua origem e o seu destino (Rivera, 2003, citado por Silva, 2009, p. 93).

Na dimensão formal foi também dado particular relevo ao número de peças, contabilizando-se, para efeitos de análise, o número total de peças jornalísticas que o Telejornal de um dado dia de observação teve na sua totalidade e o número de peças que foram divulgadas sobre a temática em análise. Foi dada também importância à duração das peças, procurando apurar a duração média de cada Telejornal e das peças jornalísticas da temática em análise. O posicionamento que as notícias acerca do tema tiveram no alinhamento do Telejornal também foi analisado. No caso das notícias acerca do Festival,

relativas ao ano de 1969, foi ainda indicada a edição (edição da tarde; da noite, a última ou a edição especial).

Quanto à dimensão do conteúdo¹⁶, pretendeu-se analisar com precisão o espaço informativo sobre o FRTPC e a respetiva participação de Portugal na Eurovisão. Deste modo, procedeu-se à verificação dos assuntos sobre o FRTPC que prevaleceram nas notícias e respetiva participação de Portugal na Eurovisão. Para efeitos de análise foram consideradas as seguintes categorias:

- **Promoção do evento:** referências e anúncios de que iria ser transmitida na estação pública, RTP, a emissão do FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC.

- **Memórias** - esta categoria engloba as peças jornalísticas que mencionaram festivais passados e respetivos artistas e atuações e, de igual modo, que recordaram datas e momentos importantes da história deste certame.

- **Apresentação de resultados** - esta categoria reúne todas as peças jornalísticas que apresentaram as classificações do concurso. A menção dos vencedores, no Telejornal, é incluída nesta categoria.

- **Histórias de vida** – esta categoria abrange as notícias que mostraram histórias sobre a vida de personalidades relacionadas com o evento.

- **Reações do público** – esta categoria procura reunir as peças que demonstraram as manifestações do público relativamente ao evento nacional e internacional e respetivos artistas.

- **Reações dos artistas** – esta categoria reúne as peças em que foi possível observar as manifestações de cantores e personalidades relativas ao evento nacional e internacional.

¹⁶ A análise da dimensão do conteúdo ajudou a responder aos objetivos de investigação “analisar o espaço informativo que o Telejornal da RTP1 fez ao FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC nos anos de 1969 e 2017”; “comparar o espaço dado ao FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC no Telejornal da RTP1 de 1969 e de 2017”; “entender as principais tendências do jornalismo de televisão em épocas distintas da história de Portugal e da televisão” e “perceber de que forma e porquê o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC têm espaço no Telejornal da RTP1 em épocas distintas da história de Portugal”.

- **Bastidores** – esta categoria engloba as peças que mostraram os bastidores do concurso e a forma como os artistas e a produção do programa viveram, prepararam e organizaram o evento.

- **Música** – quando foi abordada a musicalidade de um tema do Festival, as canções do concurso ou a música portuguesa, as peças em análise foram inseridas na categoria «música».

- **Antevisão** – esta categoria reúne as peças em que os artistas e/ou público fizeram uma previsão dos resultados do concurso ou do espetáculo. De igual modo, esta categoria abrange todos os assuntos que abordaram a receção de um artista ou de uma música no concurso. Reúne também as peças em que se podem prever FRTPC e FEC futuros.

Nesta dimensão, apurou-se ainda quais os protagonistas das peças em análise, ou seja, as personagens abordados na notícia e quais as individualidades a quem foram recolhidos os depoimentos.

Relativamente à dimensão da produção¹⁷, começou por se apurar o género jornalístico presente nas peças do tema em análise: reportagem; perfil; entrevista; editorial; análise e comentário. No género reportagem, classificaram-se as peças em análise nos seguintes tipos de reportagem:

Off2: sempre que o pivô leu uma notícia e apareceram, em simultâneo, imagens relativas ao tema tratado. Geralmente com uma duração inferior a 30 segundos.

Talking head: quando o pivô destacou uma declaração feita por uma personalidade.

Atualidade: reportagem do jornalismo diário.

Histórico: reportagem que abordou uma memória ou uma curiosidade histórica.

¹⁷ A análise da dimensão da produção ajudou a responder aos objetivos de investigação “analisar o espaço informativo que o Telejornal da RTP1 fez ao FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC nos anos de 1969 e 2017”; “comparar o espaço dado ao FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC no Telejornal da RTP1 de 1969 e de 2017”; “entender as principais tendências do jornalismo de televisão em épocas distintas da história de Portugal e da televisão” e “perceber de que forma e porquê o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC têm espaço no Telejornal da RTP1 em épocas distintas da história de Portugal”.

Averiguou-se ainda a existência de *teasers* que, segundo Brandão (2005), são frases curtas no decorrer do Telejornal com o propósito de captar a atenção do público, remetendo o assunto tratado no *teaser* para desenvolvimentos noticiosos no decorrer do Telejornal. Procurou-se ainda perceber se as notícias divulgadas recorreram ao direto.

Procurou-se, igualmente, conhecer os valores-notícia pelos quais a redação da RTP se orientou para selecionar o tópico como notícia do Telejornal. Para esse efeito, foram tidas em consideração as propostas de Tony Harcup e Deirdere O'Neill (2017). Assim, agruparam-se as notícias relativas ao tópico nos seguintes grupos¹⁸: o poder das elites; celebridades; entretenimento; surpresa; más notícias; boas notícias; magnitude; relevância; seguimento (*follow up*); agenda; exclusividade; conflito; audiovisuais; partilhabilidade ou *shareability* e drama. Não foram observáveis todos estes valores, contudo, para efeitos de análise, foram considerados.

Quanto à natureza da notícia, classificaram-se as peças jornalísticas relativas ao tópico em análise em *hard news*, *soft news*¹⁹ ou autoinformação. A autoinformação diz respeito às notícias que abordaram atividades da empresa jornalística, como lançamentos e promoções de programas, iniciativas ou projetos da estação.

4.2. Apresentação e análise dos resultados

4.2.1. O FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC, no Telejornal, em 1969

Dimensão Formal

De acordo com os períodos selecionados para análise, no ano de 1969, e com os alinhamentos do Telejornal disponíveis no Arquivo da RTP, foram analisadas apenas três reportagens sobre o tópico em estudo. As mesmas foram emitidas no dia 24 de fevereiro de 1969 (referente ao FRTPC) e nos dias 25 e 30 de março (referente ao FEC). Importa salientar que no dia imediatamente a seguir à realização do certame nacional não foi divulgada qualquer notícia relativa ao vencedor. No dia 29 de março, dia da representação

¹⁸ A descrição de cada um dos valores-notícia propostos por Harcup e O'Neill (2017), encontra-se apresentado no capítulo dois, no subponto 2.1.

¹⁹ Classificaram-se as notícias em «*hard news*» ou «*soft news*» de acordo com a classificação de Paterson (2000) referida em 2.1. da presente dissertação.

de Simone de Oliveira, em Madrid, também não foi feita nenhuma referência no Telejornal²⁰.

No dia 24 de fevereiro, o Telejornal teve duas edições (ver anexo 6 e 7). A referência ao Festival ocorreu no noticiário das 21 horas e 30 minutos (2.ª edição), com o título “Preparativos Festival Canção TV”. Esse Telejornal teve nove reportagens e durou cerca de 11 minutos, excluindo o tempo de leitura do pivô, o boletim meteorológico e o slide da próxima edição. A temática dominante nesse Telejornal foi «política nacional» (quatro peças sobre visitas de Estado a ocupar cerca de cinco minutos da emissão). A reportagem sobre o Festival durou cerca de um minuto (ver anexo 8). Relativamente ao posicionamento no alinhamento, a peça foi a oitava a ser emitida, antecedida por uma notícia de «política internacional» (“Nixon em Bruxelas”) e seguida por uma notícia de «acidentes e catástrofes» (“Ribatejo: Inundações”).

No dia 25 de março, dia da partida de Simone de Oliveira para Madrid, o Telejornal voltou a ter duas edições – da tarde e da noite – (ver anexo 9 e 10). Com um total de nove reportagens, a referência ao Festival aconteceu na 2ª edição, no último lugar do alinhamento, com o título “Partida de Simone de Oliveira para Espanha (ver anexo 11). O Telejornal deste dia, mais uma vez excluindo o tempo de leitura do pivô, o boletim meteorológico e os slides que aparecem intercalados entre peças e no final do Telejornal, contabilizou um total de oito minutos e 37 segundos. A temática mais privilegiada foi, novamente, a «política nacional» (quatro peças a ocupar cerca de três minutos), nomeadamente com notícias da agenda do estado. A reportagem sobre o Festival foi a que ocupou mais tempo no alinhamento, cerca de 2 minutos e 45 segundos.

No dia 30 de março, dia posterior à edição do Festival da Eurovisão, o Telejornal contabilizou quatro edições: 1.ª edição às 12 horas e 16 minutos; 2.ª edição, às 15 horas; 3.ª edição às 19 horas e 30 minutos e 4.ª edição às 21 horas e 30 minutos (ver anexos 12, 13, 14 e 15). A reportagem sobre o Festival Eurovisão ocorreu na 4ª edição, no último lugar do alinhamento, tendo como título “RTP – Reportagem Festival Eurovisão” (ver anexo 16). Excluindo o tempo de leitura do pivô, o boletim meteorológico e os slides intercalados entre peças e no final do Telejornal, o noticiário, referente à quarta edição deste dia, contabilizou um total de cerca de 19 minutos, com oito reportagens. A

²⁰ De acordo com os Arquivos RTP, no dia 31 de março de 1969, o Telejornal fez um direto em Santa Apolónia, relativo à receção dos portugueses a Simone de Oliveira. No entanto, tal momento não está referido no alinhamento de nenhuma edição do Telejornal desse dia (ver anexo 4 e 5).

reportagem sobre o Festival foi a que ocupou mais espaço no alinhamento, tendo oito minutos e 30 segundos. Deste modo, a temática predominante neste dia, no Telejornal, de acordo com os critérios estabelecidos para a presente investigação, foi «casos diversos». As visitas de Estado, a semana santa e as notícias de carácter internacional foram, por esta ordem, abordadas e antecédidas da reportagem sobre o Festival.

Os alinhamentos e as reportagens emitidas no Telejornal ilustram, de forma significativa, a hierarquização que o regime português na época do Estado Novo privilegiava: primeiro deveriam ser divulgadas notícias da agenda dos governantes de Portugal e, só de seguida, notícias de outras categorias que não «política nacional». Deste modo, o Festival não foi uma prioridade na agenda da RTP.

Dimensão do Conteúdo

Ao analisar o Festival da Canção de 1969, no Telejornal do dia 24 de fevereiro, é possível verificar que a reportagem emitida procurou descrever os preparativos do evento e como o mesmo se iria desenrolar. A reportagem teve como objetivo promover e convidar o espetador a assistir ao certame “que ganha fulgor edição após edição” (anexo 8). Do ponto de vista temático, podemos categorizar esta reportagem como «promoção do evento» e «antevisão». A reportagem não evidencia qualquer personagem em particular. Descreve apenas o cenário que era possível observar no Chiado, em Lisboa, no dia que o Festival ia ocorrer. É possível dizer que o protagonista da reportagem foi o próprio Festival (“Como as imagens documentam, hoje à tarde, no cerne da Baixa, a costureira iniciativa da RTP era vedeta”).

Na reportagem do dia 25 de março de 1969, é possível ver retratada a despedida de Simone de Oliveira para o Festival da Eurovisão, em Madrid. A reportagem descreve as reações da intérprete da canção concorrente e do público que a aplaudiu na estação de Santa Apolónia. Deste modo, a temática desta reportagem foi «reações do público» e a protagonista é Simone de Oliveira.

A reportagem de 30 de março de 69 evidencia os bastidores dos momentos vividos em Madrid que mostraram, num primeiro momento, a esperança na vitória de Simone e, num segundo momento, a desilusão da comitiva portuguesa em Madrid com apenas quatro pontos para Portugal. Assim, a reportagem teve como principais temáticas, de acordo com

as categorias criadas, «apresentação de resultados», «reações do público» e «bastidores». Tendo em conta o conteúdo disponibilizado pelos Arquivos da RTP, não foi possível compreender quem foi/foram os protagonistas da peça, no entanto, depreende-se, tendo em conta a temática em questão, que Simone de Oliveira, como intérprete da canção, terá sido a protagonista da peça.

Dimensão da Produção

Em termos de produção das notícias, ao analisar a reportagem de 24 de fevereiro de 1969, emitida no Telejornal, percebe-se que o género jornalístico presente é uma «reportagem de atualidade». Tendo em conta os critérios de noticiabilidade definidos para esta análise, a reportagem emitida no dia 24 de fevereiro parece ter sido selecionada tendo em conta o valor-notícia «entretenimento». Quanto à natureza da notícia, de acordo com as categorias estabelecidas, tratou-se de uma «autoinformação», uma vez que corresponde a um tipo de informação que procura promover e ilustrar os eventos que a estação televisiva promove.

Na reportagem do Telejornal do dia 25 de março é possível observar uma «reportagem de atualidade», que retratou a partida e a despedida de Simone de Oliveira para o Festival da Eurovisão. Este tema parece ter sido selecionado de acordo com os critérios de noticiabilidade «celebridade» (Simone de Oliveira), «entretenimento» (concurso FEC) e «magnitude», uma vez que milhares de pessoas se reuniram para se despedir da artista. Esta reportagem pode ser enquadrada na categoria *soft-news* visto que se centra numa personalidade e combina informação e entretenimento.

A reportagem do dia 30 de março de 1969 também é uma «reportagem de atualidade», contudo, apresenta contornos um pouco diferentes daqueles que se realizaram nos dias 24 de fevereiro e 25 de março. Trata-se de uma reportagem especial por ter uma duração superior ao normal (normalmente entre 30 segundos a 3 minutos). Os valores-notícia que pareceram prevalecer na escolha da divulgação desta reportagem foram «celebridades» (a derrota de Simone de Oliveira é referida) e «entretenimento» (fala sobre o FEC). Mais uma vez, esta reportagem pode ser enquadrada na categoria *soft-news*, dada a temática tratada.

4.2.2. O FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC, no Telejornal, em 2017

Dimensão formal

De acordo com os períodos selecionados para análise no ano de 2017 e com os telejornais disponíveis no *site* da *RTPplay*, encontraram-se 16 dias com a existência de 37 referências acerca da temática em análise. Destas 37 referências, foi possível observar a presença de 22 reportagens (quatro delas com a presença de direto), um perfil, duas entrevistas e um espaço de comentário. Verificaram-se ainda outras referências em que o tópico foi referido: sete *teasers* e quatro fechos do Telejornal com a canção vencedora de Salvador Sobral, “Amar pelos Dois”.

As primeiras notícias sobre a temática, no período da análise, ocorreram a 19 de fevereiro de 2017. O Telejornal deste dia contou com um total de 58 minutos e com 21 peças (20 na primeira parte e uma na segunda). Tendo em consideração a duração e o número de peças, a categoria temática que ocupou mais espaço neste jornal foi «casos diversos», na qual se inserem as reportagens relacionadas com o Festival e a reportagem “Guardiões da aldeia” que ocupou a 9.^a posição do alinhamento e durou cerca de 6 minutos. No alinhamento, as reportagens sobre o Festival foram a 19.^a e a 20.^a²¹ a entrar, ambas com o título “Festival da Canção 2017”. A 19.^a correspondeu a uma reportagem em direto. A reportagem em direto e a reportagem sobre o Festival duraram cerca de 6 minutos no conjunto. No decorrer da primeira parte do Telejornal foi possível observar a presença de um *teaser* sobre a temática em estudo.

O dia 26 de fevereiro (dia da segunda semifinal do concurso nacional) correspondeu ao segundo dia em que na análise foi possível encontrar conteúdos relativos ao tópico. Neste dia, o Telejornal durou cerca de 56 minutos e contou com cerca de 20 peças. A categoria que ocupou mais espaço no alinhamento foi «política nacional» uma vez que, neste dia, existiu, no final da segunda parte do Telejornal, o espaço de debate e comentário político entre Ana Gomes e Nuno Morais Sarmiento. Este espaço teve a duração de aproximadamente 15 minutos. Relativamente à temática em análise, foi possível observar a presença de uma reportagem (“Festival RTP da Canção 2017”) e de uma reportagem

²¹ Ver telejornal do dia 19 de fevereiro de 2017, minuto 47:48 a 54:22 (<https://www.rtp.pt/play/p3023/e274660/telejornal>)

em direto (2.º semifinal depois do Telejornal”)²² na segunda parte do Telejornal. Foram, no alinhamento, as últimas peças a entrar (19.º e 20.º) antes do comentário político.

No dia da final do FRTPC (5 de março), foi possível, também, encontrar conteúdos sobre o Festival, num Telejornal que teve duas partes, durou cerca de 55 minutos e teve um total de 17 peças. A categoria que mais preencheu o espaço informativo foi, novamente, «política nacional»: duas peças na primeira parte, «Governador do BDP» e «Entrevista a Louçã» e, na segunda parte, o espaço de comentário político com Ana Gomes e Nuno Morais Sarmiento. No conjunto a categoria dominante durou cerca de 24 minutos. De um total de 17 peças, as referentes à final do Festival foram a 16ª (“Final do Festival da Canção 2017”) e a 17ª (“Festival RTP da Canção”)²³ a entrar no alinhamento, ocupando, no conjunto, cerca de cinco minutos.

No dia após a final da FRTPC, 6 de março, o Telejornal da RTP1 não produziu notícias sobre o vencedor. No entanto, no fecho do programa, João Adelino Faria referiu que a canção “Amar pelos Dois” tinha sido a vencedora, terminando o noticiário com a atuação da vitória de Salvador Sobral no Coliseu dos Recreios.

No dia 8 de maio, o Telejornal emitiu uma reportagem sobre o tema em análise, intitulada “Recebido em Festa”²⁴. Neste dia, o noticiário televisivo demorou cerca de 55 minutos divididos por 21 peças. A «política internacional» foi o tema dominante. As seis reportagens e a entrevista divulgadas foram no âmbito da vitória de Emmanuel Macron nas eleições presidenciais de França. No total, ocuparam 19 minutos da emissão do Telejornal deste dia. A peça que abordou a temática do Festival apareceu na segunda parte, na 21ª posição do alinhamento, com uma duração de cerca de dois minutos. Na primeira parte, o Telejornal emitiu dois *teaser's* a promover esta reportagem.

No dia 9 de maio realizou-se a primeira semifinal da Eurovisão, ou seja, a primeira atuação da canção portuguesa no concurso. Com cerca de 49 minutos, o Telejornal apresentou 19 peças (17 na primeira parte e duas na segunda). A temática predominante, tendo em consideração o número de peças e duração das mesmas, foi a «política nacional». No alinhamento, as peças sobre esta temática ocuparam o lugar três, quatro,

²² Ver telejornal do dia 26 de fevereiro de 2017, parte 2, minuto 00:00 a 03:33 (<https://www.rtp.pt/play/p3023/e275860/telejornal/560033>)

²³ Ver Telejornal do dia 5 de março de 2017, primeira parte, minuto 29:05 a 34:14 (<https://www.rtp.pt/play/p3023/e276921/telejornal>)

²⁴ Ver Telejornal do dia 8 de maio de 2017, segunda parte

cinco, 12 e 13 (“Novo centro Digital” – António Costa está presente na inauguração do novo centro de competências da Mercedes -; “Imposto sobre combustíveis” – aborda que o Governo devolveu 2,9 milhões de euros ao ISP - ; “Dia da Europa” – declarações de Marcelo Rebelo de Sousa e António Costa a propósito deste dia - ; “Refugiados” – aborda a política internacional de refugiados que o Governo português tem seguido). Dos cerca de 49 minutos de noticiário, cerca de nove minutos foram ocupados com a temática referida acima. Neste dia, apesar de serem de categorias temáticas diferentes, muitas das notícias foram a propósito da visita do Papa a Portugal (“Segurança em Fátima e “Quartos para alugar em Fátima”). Na segunda parte do Telejornal foi possível verificar, no último lugar do alinhamento, uma entrevista a Salvador Sobral, na qual o cantor antevê a atuação. A entrevista ocupou cerca de dois minutos e meio do alinhamento. “Salvador no Festival da Canção”²⁵ corresponde ao *teaser* emitido no final da primeira parte do Telejornal.

Depois da passagem de Salvador Sobral à final do concurso internacional, a participação de Portugal no FEC voltou a ser notícia no Telejornal, a 11 de maio. No entanto, o tema dominante nesse dia foi a visita do Papa ao nosso país, e portanto a categoria que ocupou mais espaço no noticiário foi «religião» com um total de cinco peças (primeira, segunda, terceira, quarta e 22.^a do alinhamento) a demorarem, no conjunto, nove minutos de um total de 56 minutos de emissão, com 26 peças emitidas. As notícias acerca do Festival corresponderam às duas últimas. A segunda parte foi totalmente ocupada pelo Festival Eurovisão da Canção (“Salvador Sobral”) e (“Amar pelos Dois”²⁶). As protagonistas da primeira peça foram as alunas da Universidade de Kiev, que cantaram a canção “Amar pelos Dois”. Na segunda reportagem, foi possível observar uma paródia à canção de Salvador Sobral a propósito do fim-de-semana que se viveu naquele ano em Portugal, o fim-de-semana dos “Três F” – Fátima, futebol (com o Benfica a sagrar-se campeão nacional) e a final do Festival. A canção, o intérprete e a forma como foram parodiados nas redes sociais foi o destaque da reportagem. No final da primeira parte do Telejornal, foi possível também encontrar um *teaser* sobre a temática em análise (“Humor com Salvador”).

No dia da final do FEC, 13 de maio, o certame foi referido no Telejornal quatro vezes: um *teaser* (“Salvador na final”) e três reportagens (uma em direto). Nesse sábado, o

²⁵ Ver Telejornal do dia 9 de maio, segunda parte, minuto 02:06 a 04:21 (<https://www.rtp.pt/play/p3023/e287789/telejornal/574370>)

²⁶ Ver telejornal do dia 11 de maio, 2ª parte <https://www.rtp.pt/play/p3023/e288214/telejornal/574871>

Telejornal teve cerca de 54 minutos e 22 peças. Neste dia, a visita do Papa a Portugal voltou a ser o tema mais abordado em vários momentos do noticiário e, deste modo, a categoria predominante foi «religião» com cerca de 15 minutos do espaço noticioso. A temática da Eurovisão foi a 16.^a, 17.^a (“Salvador Sobral na Final”) e 18.^a (“Dez melhores na Eurovisão²⁷”) no alinhamento, ocupando cerca de sete minutos.

No dia 14 de maio, a vitória de Salvador Sobral foi o tema mais referido, preenchendo a maior parte do alinhamento desse dia (33 minutos de 57 minutos de um Telejornal com 22 peças). Registaram-se 12 momentos no telejornal²⁸ em que o tópico foi referido: cinco reportagens de atualidade, uma reportagem histórica; uma reportagem *talking head*, uma reportagem *off2*, um espaço de comentário com Nuno Galopim e Tozé Brito, um perfil do artista e uma entrevista. O Telejornal, à semelhança do que acontecera noutros dias, fecha com a canção vitoriosa. Na primeira parte, houve também um *teaser* referente ao facto de “Salvador estar nos olhos do mundo”. Tendo em conta o observado neste dia de análise, é possível constatar que a categoria de análise dominante neste dia foi «casos diversos».

No dia 15 existiram duas reportagens sobre o Festival. O Telejornal deste dia durou cerca de 55 minutos e teve 23 peças. A temática dominante foi «Economia e Negócios», com seis reportagens e um espaço de comentário a ocupar os primeiros 15 minutos da primeira parte. As reportagens relativas ao tópico em análise ocorreram no final da primeira parte do Telejornal e corresponderam à 20.^a e à 21.^a do alinhamento²⁹. A primeira reportagem falou sobre os bastidores da semana da delegação portuguesa em Kiew e a segunda sobre a organização da RTP e de Portugal do FEC 2018 – “Eurofestival em Portugal”.

No último dia de análise selecionado para este estudo, 16 de maio, contabilizou-se um *teaser* (“Festival da Canção”) e duas reportagens no final da primeira parte do Telejornal. Nesse dia, o Telejornal contou com cerca de 59 minutos e 25 peças. A temática dominante foi «política nacional» (quatro peças no primeiro, décimo, 12.º e 21.º lugar do alinhamento – respetivamente “Avisos de Marcelo”; “Comissão de Ambiente”; “Venda Novo Banco” e “Energias Renováveis”). As peças relativas ao tema em análise

²⁷ Ver telejornal do dia 13 de maio, minuto 32:25 a 39:43

<https://www.rtp.pt/play/p3023/e288398/telejornal>

²⁸ Ver telejornal do dia 14 de maio, 1.º e 2.º parte, <https://www.rtp.pt/play/p3023/e288456/telejornal>

²⁹ Ver telejornal do dia 15 de maio, 1.º parte, minuto 42:30 a 48:41

<https://www.rtp.pt/play/p3023/e288675/telejornal>

corresponderam à 22.^a (“Festival da Eurovisão”) e à 23.^a no alinhamento³⁰. No seu conjunto, as peças ocuparam um total de cerca de cinco minutos.

De uma forma geral, quanto à dimensão formal para o ano de 2017, foi possível constatar que a maior parte dos telejornais selecionados para análise não excederam uma hora. Desses, a maior parte teve como temáticas dominantes «política nacional»; «religião», e «casos diversos» (categoria na qual se insere a maior parte dos assuntos que abordam o Festival da Canção). Tal, pode ser entendido pelo facto de a visita do Papa a Portugal, em maio de 2017, e a vitória de Salvador Sobral corresponderem a acontecimentos excecionais que merecem maior destaque dado o impacto que têm no público. Importa referir também que em maio, a categoria temática «Desporto» teve particular relevância, uma vez que esse período correspondeu ao final da época, pelo que os jogos decisivos do campeonato estavam a ocorrer. Além disso, a consagração do clube campeão nacional, no caso o Sport Lisboa Benfica (SLB), também foi revelada nestes dias, nomeadamente no dia 13 de maio, dia da vitória de Salvador Sobral na Eurovisão.

Através da análise formal foi também possível constatar que nos dias em que se realizaram os eventos, quer do FRTPC, quer do FEC (exceto a segunda semifinal da Eurovisão em que Portugal não participou), a temática foi sempre referida e no mesmo posicionamento, o final do Telejornal. No dia 14 de maio registou-se um alinhamento quase exclusivo sobre a vitória e o impacto que a mesma teve junto do público e, por isso, dada a excecionalidade, a temática foi referida no início e no final do Telejornal.

Dimensão Conteúdo

Com a análise a partir da dimensão do conteúdo foi possível entender quais foram os assuntos mais tratados nas peças sobre o tópico em análise, assim como a “personagem” mais recorrente.

No que concerne à categorização dos assuntos tratados, foi possível, por vezes, para cada peça, encontrar mais do que um assunto. Assim, como é possível observar na tabela apresentada no anexo 17, os assuntos mais referidos nos documentos analisados são «promoção de evento»; «reações do público»; «antevisão» e «bastidores». Nos dias da realização do evento, tanto de âmbito nacional como internacional, foi feita uma

³⁰ Ver telejornal do dia 16 de maio, 1ª parte, minuto 48:08 a 53:46.

referência à sua transmissão, na RTP, logo após o programa noticioso, fazendo nesses mesmos dias ligações em direto a antever o que se podia esperar do evento.

O protagonista das reportagens foi maioritariamente Salvador Sobral. No entanto, também foi possível observar, nomeadamente nas reportagens históricas, os antigos artistas do Festival. Os fãs com as suas reações à vitória e ao intérprete também foram protagonistas.

Dimensão da Produção

No que se refere à dimensão de produção, prevaleceram as reportagens de atualidade, embora também tenha existido uma reportagem histórica (“Dez melhores na Eurovisão”), a 13 de maio. No dia 14 de maio, há registo de uma reportagem *talking head*, a propósito das declarações do Presidente da República e do Primeiro-ministro acerca de vitória de Salvador Sobral e um *off*², no qual a jornalista pivô, mostra imagens relativas ao impacto que a canção “Amar pelos Dois” teve nas plataformas digitais. Registou-se ainda um espaço de comentário e um perfil de Salvador. Também no dia 14 de maio, há registo de uma entrevista (“Salvador à RTP”). No entanto, é possível encontrar uma outra entrevista ao artista vencedor do concurso eurovisivo 2017, no dia 9 de maio (“Festival Eurovisão da Canção”). O recurso ao direto, nomeadamente nos dias em que os eventos, quer em Portugal, quer a nível internacional se realizaram, foram recorrentes. A presença de *teasers* sobre o tema em análise também foi observada nos dias 19 de fevereiro, cinco de março; oito, 11, 13 e 14 de maio.

O valor-notícia «entretenimento» parece estar presente em todos os conteúdos transmitidos no Telejornal, uma vez que o tópico em análise se trata de um concurso que visa entreter o público. A par deste critério, pelo facto de o concurso trabalhar com artistas, apresentadores e nomes ligados à música, permite-se que outro critério seja privilegiado, o critério «celebridades». No entanto, a partir do dia 14 de maio, podem encontrar-se outros valores, uma vez que o fator excecional da vitória de Portugal na Eurovisão aconteceu, como a boa notícia, a magnitude (porque as reportagens mostram as manifestações de apoio a Salvador Sobral) e a partilhabilidade. A exclusividade também foi um critério apontado nesta análise, uma vez que a RTP conseguiu criar conteúdos exclusivos para o Telejornal sobre esta temática, visto que foi e continua a ser a estação oficial do certame.

Em termos da natureza da notícia predominam as *soft news*, contudo também se regista a presença de autoinformação, nos dias em que o espaço informativo foi utilizado para promover a emissão do FRTPC ou FEC, logo a seguir ao Telejornal.

4.2.3. O Festival como notícia em 1969 e 2017: análise comparativa

Nos dois anos em análise, o Telejornal valorizou a temática. Como notícia, o Festival em 1969 e em 2017 apresentou características semelhantes quer do ponto de vista da análise da dimensão formal, da dimensão do conteúdo ou da dimensão da produção.

No que respeita à dimensão formal, é possível verificar que a duração média dos telejornais é distinta. No período do Estado Novo, os telejornais tinham uma duração, em média, inferior a 20 minutos. Nesta época, o Telejornal emitia mais do que uma edição por dia, no entanto, somando o número total de minutos de duas ou mais edições no mesmo dia, as mesmas não chegavam a ter uma hora. Atualmente, a duração média dos telejornais, na RTP1, corresponde a uma hora, o que é considerado para autores portugueses, como Brandão (2005; 2010) e Cádima (2010b) uma duração excessiva dada as prioridades temáticas a que se dá mais relevo. Em termos de duração das peças sobre a temática em análise a mesma foi semelhante nos dois anos.

Ainda no que concerne à dimensão formal, no sentido de perceber a categoria temática predominante nos dias em que o Festival foi referido, verificou-se que a «política nacional» foi uma temática bastante recorrente e predominante em 69 e 2017. No entanto, em 1969, os assuntos políticos foram sempre os mais privilegiados em termos de duração, número de peças e hierarquização. Deste modo, foram sempre os primeiros assuntos a ser tratados, indo ao encontro daquilo que foi possível constatar no capítulo dois: no período do Estado Novo, as notícias acerca dos dirigentes da nação, com as suas visitas, discursos e outras questões pertinentes que os envolvessem deviam ser as primeiras a ser referidas em todos os noticiários, independentemente da edição. A agenda do Estado foi sempre privilegiada como primeira notícia (Cádima, 1996). Já em 2017, no período de análise, as temáticas dominantes foram «religião», «casos diversos» e «política nacional». No século XXI, as questões da política, de acordo com Brandão (2002; 2005; 2010) são as mais tratadas nos telejornais, ainda que não tenham de corresponder necessariamente às primeiras peças dos noticiários televisivos. Contudo, a presença e o maior espaço de

outras categorias temáticas são cada vez mais recorrentes, sobretudo, se envolverem histórias de vida, entretenimento, espetáculo, acidentes, dramas ou personalidades.

Quanto ao número total de peças referentes ao tópico em análise, foi possível verificar uma maior quantidade de peças em 2017. Tal aconteceu, uma vez que se está na presença de períodos distintos da história de Portugal, da televisão e da forma de fazer informação em televisão. Por outro lado, Portugal foi o vencedor do concurso em 2017 e, por isso, a excecionalidade permitiu um maior destaque e espaço no Telejornal.

Em termos de posicionamento das notícias relativas ao Festival, em ambos os anos, as mesmas foram colocadas no final do alinhamento, dada a categoria temática em que se inserem, «casos diversos». No ano de 1969 todas as peças relativas ao Festival foram emitidas na edição das 21h30, que correspondia à edição que conseguia reunir maior audiência. O noticiário de 14 de fevereiro de 2017 apresentou a novidade da vitória de Salvador Sobral, bem como as reações dos portugueses, artistas e dirigentes do país. Deste modo, as peças foram apresentadas no primeiro plano do Telejornal, ocupando a maior parte do alinhamento.

Analisando a dimensão do conteúdo, foi possível constatar que os assuntos mais tratados nas reportagens e entrevistas sobre o tópico em análise, em 1969 e 2017, foram a «promoção do evento»; a «antevisão»; as «reações do público»; a «apresentação de resultados» e os «bastidores». Estas temáticas são, nos dois anos, justificadas tendo em consideração o impacto que as canções e os seus respetivos intérpretes tiveram junto do público. Ambos os artistas tiveram receções calorosas na sua chegada a Portugal após a participação e ambas as canções, a nível nacional e internacional, foram muito elogiadas, dado o carácter inovador e diferenciador das mesmas, como foi possível observar no capítulo três.

Em termos de «personagem» de cada peça emitida, o destaque foi para os intérpretes da canção vencedora de 1969 (Simone de Oliveira) e de 2017 (Salvador Sobral). Tal pode ser justificado pelo facto da presença de uma celebridade numa notícia, constituir um valor-notícia importante. Como observável no capítulo um e dois da presente dissertação, as notícias sobre personalidades conhecidas do povo ganham destaque na sociedade e, portanto, as notícias sobre as mesmas também crescem, transportando o entretenimento para a informação (*infotainment*).

Quanto à dimensão da produção prevaleceram, em 1969 e em 2017, as reportagens da atualidade com pouco nível de aprofundamento. As mesmas procuraram explorar, essencialmente, o lado sensacional e divertido. Não foram, portanto, reportagens que explorassem o lado artístico da performance ou da composição musical. Em relação à presença do direto, o mesmo foi apenas observado no ano de 2017, o qual foi emitido sempre antes da realização do FRTPC e FEC, de modo a promover e a recolher testemunhos sobre as expectativas em relação ao evento. Assistiu-se, por isso, a circularidade na narrativa do jornalista. Atualmente, os noticiários televisivos servem-se do direto para comunicar através de imagens instantâneas o que pode reduzir o papel crítico do jornalista (Mesquita, 2003).

Quanto à natureza das notícias nos dois anos de análise, registaram-se *soft-news*, o que é justificado dada a natureza do tema. No ano de 1969 e 2017, como já foi referido, a autoinformação também foi observada. Quanto aos valores-notícia, prevaleceram, nos dois anos de análise, os seguintes critérios: «entretenimento» (concurso de televisão); «celebridade» (nomeadamente centrada nas personalidades Simone de Oliveira e Salvador Sobral) e «magnitude» (devido ao apoio do público que os artistas, em ambos os anos, tiveram).

Através da hierarquização da informação, os media conseguem transmitir ao público as temáticas mais relevantes. Em 1969, a temática sobre o Festival foi valorizada, mas sempre nos últimos lugares do alinhamento, dado que a conjuntura política, vivida na época em Portugal, influenciava o fluxo e o tipo de informação disponibilizada. Desta forma, os temas da agenda política foram sempre os mais privilegiados. Ainda assim, a temática sobre o Festival também foi referida no Telejornal, uma vez que, como foi possível constatar no capítulo dois e no capítulo três, este foi um concurso impulsionado pelo Estado português, não só para promover a música ligeira portuguesa, mas também para promover a imagem de Portugal na Europa e no mundo (Mangorrinha, 2015; Lopes, 2015). Deste modo, ao ser considerada uma “obra” do Estado merecia destaque e menção no Telejornal. No ano de 2017, o Telejornal considerou a temática em análise relevante e, por isso, as peças sobre o Festival não foram inseridas apenas no final do alinhamento, mas também no início, nomeadamente, no dia após o anúncio da vitória no concurso internacional, dado o fator insólito da vitória. Foi igualmente relevante e produzido como notícia, uma vez que, como mencionado no capítulo dois, o jornalismo e os noticiários são, hoje, espaço de promoções e ações de marketing, para promover empresas ou a

própria ação da estação televisiva, ao invés de serem um espaço que promove conteúdos reflexivos e importantes da sociedade. De igual modo, o jornalismo valoriza as visões emocionais, espetaculares, concorrenciais e centra-se muito na personalização, pois quanto mais personalizada é uma notícia, mais possibilidade tem de ser notada. (Traquina, 2004).

CONCLUSÃO

Ao longo da presente dissertação procurou dar-se resposta à pergunta de partida formulada: “Como é que o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC foram notícia, no Telejornal da RTP1, em 1969 e 2017?”. O FRTPC e a respetiva participação de Portugal na Eurovisão foram notícia no Telejornal, na RTP1, nos dois anos de análise, pelo facto de a estação ser a promotora do certame e também por se tratar de um evento mediático que reuniu grande atenção e impacto junto dos portugueses. Nos dois anos em análise, foi possível encontrar diversas reportagens que procuraram promover o concurso, mostrar os bastidores, os resultados e as reações do público. Deste modo, através da análise realizada, foi possível encontrar semelhanças no conteúdo tratado nas peças, assim como no que à sua produção diz respeito. No entanto, os objetivos da noticiabilidade desta temática no Telejornal de 1969 e 2017 foram distintos, uma vez que a realidade política, social e audiovisual portuguesa no século XX é diferente da realidade no século XXI.

Em 1969, o Telejornal foi essencialmente um lugar de autopromoção do regime e, nesse sentido, os atores políticos controlavam, censuravam e dominavam o universo da informação. A agenda dos dirigentes do Estado, assim como o seu desempenho político-mediático eram integrados no jornal televisivo. Os conteúdos transmitidos não eram mais que *fait-divers* e pseudoacontecimentos. Os temas predominantes do Telejornal mostravam as obras grandiosas que o governo promovia, as cerimónias e as manifestações de apoio ao regime. Desta forma, o grande evento musical televisivo promovido pelo Estado português (o FRTPC) para aproximar e mostrar a imagem de Portugal à Europa e, ao mesmo tempo, promover o desenvolvimento da música popular portuguesa, foi referido no Telejornal, mas sempre nos últimos lugares do alinhamento. O registo protocolar e propagandístico ditava que os dirigentes da nação deveriam constituir as primeiras notícias. Neste sentido, se Simone de Oliveira tivesse vencido o FEC 1969, tal facto inédito, possivelmente, à semelhança do acontecimento surpreendente que foi a chegada do Homem à Lua, não constituiria primeira notícia.

Em 2017 e atualmente, as estratégias editoriais dos noticiários televisivos baseiam-se nas audiências e na concorrência, produzindo-se conteúdos para se conseguir o máximo de espetadores. Cada estação procura ser a primeira a dar a informação, apostando em notícias de rápida produção e, por conseguinte, de rápida perceção. Desta forma, o rigor

e o aprofundamento dos conteúdos pouco prevalece. Procura atrair-se mais audiências e, por isso, os assuntos noticiados, independentemente da temática, são trabalhados de forma supérflua e sensacionalista, pouco rica do ponto de vista reflexivo. Assim, crescem no jornalismo televisivo, as notícias em direto, com repetições, circularidades na narrativa, ricas em imagens e centradas não no assunto tratado, mas sim na personagem que lhe está inerente. Assiste-se também ao crescimento do *lifestyle*, do entretenimento e das notícias de promoção do próprio canal, de forma a enaltecer ou a promover os seus programas. Deste modo, à luz do panorama atual do jornalismo televisivo em Portugal, é possível justificar a maior presença do Festival RTP da Canção e do Festival Eurovisão da Canção no Telejornal da RTP.

Revela-se pertinente mencionar também que, nos dois anos, este tema parece ter sido referido no Telejornal devido ao impacto que o evento teve junto do público. As reações e as manifestações do público à canção e à própria intérprete, Simone Oliveira, constituíram-se insólitas na época, uma vez que foi a primeira vez que, por causa do Festival, se mobilizaram multidões e grandes atenções por parte dos media. De igual modo, Salvador Sobral junto do público também foi muito bem recebido e venceu o concurso internacional, o que do ponto de vista noticiável foi um acontecimento «inesperado» e excecional e, por isso, objeto de referência no Telejornal em vários momentos. Além disso, o entretenimento e as celebridades são dois dos critérios de noticiabilidade mais referidos pela academia para tornar um acontecimento notícia e, nesse sentido, o FRTPC e a respetiva participação de Portugal no FEC foram selecionados como tal.

Os teóricos da Escola de Frankfurt defenderam que a televisão deve ser um espaço que fomenta o espírito crítico de todos os públicos da sociedade e a mesma não deve estar submetida à lógica comercial, satisfazendo aquilo que a maioria pretende consumir. Com outro ponto de vista, Shils (1971) e Bell (1971) defenderam que a televisão possibilitou, desde o século XX, que todos os públicos (e não apenas as elites) conseguissem trabalhar as suas capacidades intelectuais, ter acesso a conhecimento e direito de se manifestar sobre os mais variados temas (política, economia, cultura, ou qualquer outro setor da vida em sociedade). Os autores defenderam ainda que a liberdade de consumir e de poder escolher o que se quer consumir é, desde os anos 50, com a televisão, mais seletiva do que nunca.

De facto, como foi possível ver ao longo do capítulo dois da presente dissertação, a capacidade de escolher os conteúdos que queremos ver na televisão é, atualmente, maior do que nunca dada a multiplicação de canais e plataformas que surgiram nos últimos anos que nos dão acesso aos mais variados conteúdos. Hoje, o público pode escolher o que quer ver, porque existem canais temáticos destinados ao gosto particular de cada um. No entanto, as generalistas continuam a emitir o mesmo tipo de programas e a lógica comercial, mesmo no serviço público de televisão, prevalece. Os autores mencionados ao longo do trabalho, que procuraram traçar um olhar crítico sobre o panorama do audiovisual português, como Torres (2011; 2018) ou Brandão (2002; 2005; 2010), defenderam que o mercado está a ser dominado pela audiometria e que a mesma determina os conteúdos transmitidos. Esta realidade já chegou aos espaços noticiosos, nos quais cada vez menos se esbatem as barreiras entre aquilo que é informação e aquilo que é entretenimento. O aumento das *soft-news* e da autoinformação crescem, dado o desinteresse do público em consumir conteúdos informativos. Desta forma, a aposta dos noticiários tem passado por este tipo de notícias para atrair mais audiências. A lógica comercial está, assim, associada aos espaços informativos televisivos.

Ao longo do processo investigativo desenvolvido, foi possível refletir sobre as questões acima referidas. As mesmas permitiram compreender o motivo pelo qual o tema escolhido para análise foi notícia. As notícias acerca do Festival, à luz da literatura no âmbito da teoria do jornalismo, são consideradas *soft-news* e autoinformação. Contudo, como notícia, atualmente, o Festival não parece ser um tema que deva ser tratado no espaço informativo de horário nobre da RTP, uma vez que se considera que este espaço não deve ser de entretenimento e de promoção, mas sim um espaço que promova a partilha de conhecimentos e a reflexão sobre questões prementes da sociedade. No entanto, acredita-se que o tema do Festival deva ser tratado no Telejornal, se o mesmo se constituir como algo excecional. Deste modo, dado o critério de noticiabilidade «excecionalidade», considera-se que a vitória de Salvador Sobral mereceu tratamento noticioso, no espaço informativo da RTP, em 2017.

Apesar de se ter consciência de que não foram analisados todos os anos do concurso, de que o peso de uma vitória tem muito mais impacto do ponto de vista noticioso (o que explica a existência de mais notícias referentes ao ano de 2017) e de que a comparação dos dois anos não foi realizada recorrendo ao mesmo tipo fonte (em 1969 analisaram-se os alinhamentos disponíveis no arquivo da RTP e em 2017 analisaram-se os telejornais

em vídeo, disponíveis no *site* da estação), importa salientar que a investigação sobre este tema ainda é escassa e que não se pretende generalizar as conclusões obtidas na investigação. No entanto, a presente dissertação constitui-se como um contributo para investigações futuras e para o conhecimento e compreensão de estudos sobre o FRTPC, em particular, estudos que trabalhem a relação dos media com este concurso. Revelou-se pertinente perceber como os media foram um importante motor para que novamente, em 2017, os portugueses voltassem a ver este concurso na televisão. De igual modo, foi possível constatar que a aposta em produzir variados conteúdos (noticiosos e não noticiosos), antes da participação no concurso internacional, permitiu criar condições, através da promoção do artista e da canção, para a vitória de Portugal, pela primeira vez, no concurso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adorno, T. (1987). *Televisão, consciência e indústria cultural*. In G. Cohn (Org.), *Comunicação e Indústria Cultural*. (5ªed) (346-354). São Paulo, Brasil: Quetzal.
- Adorno, T. (2003). *Pode o público querer*. In T. Adorno (Org.), *Sobre a indústria da cultura* (173-179). Coimbra, Portugal: Angelus Novus.
- Almeida, J. e Pinto, J. (1990). *A investigação nas Ciências Sociais*. Lisboa, Portugal: Editorial Presença.
- Barthes, R. (1964). *Le Structure du fait divers*. In R. Barthes. *Essais Critiques*. Paris, França: Éditions De Seuil.
- Bell, D. (1971). *Modernidade e Sociedade de Massa: Variedade da Experiência Cultural*. In [s.n.] *A Indústria da Cultura* (19-66). Lisboa, Portugal: Meridiano.
- Blumler, G. (1993). *Television e interes publico*. Barcelona, Espanha: Bosch Comunicaci3n.
- Boorstin, D. (1962). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. Nova Iorque: Atheneum.
- Bourdieu, P. (2005). *Sobre a Televis3o*. (3ªed). Oeiras, Portugal: Celta.
- Brand3o, N.G. (2002). *O Espet3culo das Not3cias. A televis3o generalista e a abertura dos telejornais*. Lisboa, Portugal: Not3cias Editorial.
- Brand3o, N.G. (2005). *Prime Time. Do que falam as not3cias dos telejornais*. Cruz Quebrada, Portugal: Casa das Letras.
- Brand3o, N.G. (2010). *As not3cias nos telejornais: Que serviço p3blico para o s3culo XXI*. Lisboa, Portugal: Guerra e Paz.
- Breton, P. e Proulx, S. (1997). *A Explos3o da Comunica3o*. Lisboa, Portugal: Biz3ncio.
- C3dima, F.R. (1996). *Salazar, Caetano e a Televis3o Portuguesa*. Lisboa, Portugal: Presença.
- C3dima, F.R. (1999). *Desafios dos novos media. A nova ordem pol3tica e comunicacional*. (2ªed). Lisboa, Portugal: Not3cias Editorial.

- Cádima, F.R. (2006). *A televisão 'light' rumo ao digital*. Lisboa, Portugal: MediaXXI.
- Cádima, F.R. (2010a). *Imagens e representações da ditadura portuguesa na televisão (1957-1974)*. *Logos*, 17 (1), 56-69.
- Cádima, R.F. (2010b). O caso português, ou os desencontros da informação televisiva com a cidadania. In J. Silveira e P. Shoemaker (Orgs.), *Telejornais em exame* (331-346). Lisboa, Portugal: Edições Colibri/Instituto Politécnico de Lisboa.
- Cádima, F.R. (2011). *A televisão, o digital e a cultura participativa*. Lisboa, Portugal: MediaXXI.
- Callixto, J. e Mangorrinha, J. (2018). *Portugal 12 pts*. Lisboa, Portugal: Âncora.
- Cardão, M. (2014). Pois Claro! Música, política e desejo no Festival RTP da Canção (1975-1982). *Ler História*, 67, 27-43. [Internet] Disponível em <https://journals.openedition.org/lerhistoria/805> [Consultado a 1 novembro de 2018].
- Cardoso, G. e Telo, D. (2010a). Os telejornais da RTP1: contextualização histórica, modelos e análise do horário nobre. In J. Silveira e P. Shoemaker (Orgs.), *Telejornais em exame* (53-96). Lisboa, Portugal: Colibri/Instituto Politécnico de Lisboa.
- Cardoso, G. e Telo, D. (2010b). Informação televisiva e modelos de serviço público de televisão. In J. Silveira e P. Shoemaker (Orgs.), *Telejornais em exame* (215-231). Lisboa, Portugal: Colibri/Instituto Politécnico de Lisboa.
- Carvalho, A. (2009). *A RTP e o serviço público de televisão*. Coimbra, Portugal: Almedina.
- Castelo Branco, S. e Cidra, R. (2010). Música Popular. In S. Castelo-Branco (Orgs.), *Enciclopédia da Música em Portugal no século XX*. (Vol. 3 pp.875-878). Lisboa, Temas e Debates.
- César, J. e Tilly, A. (2010). Festival da Canção. In S. Castelo-Branco (Orgs.), *Enciclopédia da Música em Portugal no século XX*. (Vol. 2 pp. 501-504). Lisboa, Portugal: Temas e Debates.
- César, A. (2010). Nacional-Cançonetismo. In S. Castelo-Branco (Orgs.), *Enciclopédia da Música em Portugal no século XX*. (Vol.3 p.901). Lisboa, Portugal: Temas e Debates.

- Dearing, J. e Rogers, E. (1996) *Agenda-setting*. Thousand Oask, Califórnia: Sage.
- Eco, U. (1991). *Apocalípticos e integrados*. Lisboa, Portugal: Difusão.
- Fernandes, A.P. (2001). *Televisão do público. Um estudo sobre a realidade portuguesa (1993-1997)*. Coimbra, Portugal: Minerva.
- Freixo, M. (2002). *A televisão e a instituição escolar. Os efeitos cognitivos das mensagens televisivas e a sua importância na aprendizagem*. Lisboa, Portugal: Instituto Piaget.
- Galopim, N. (2018). *Eurovisão. Dos ABBA a Salvador Sobral*. Lisboa, Portugal: A Esfera dos Livros.
- Galtung, J. e Ruge, M.H. (1965). A estrutura do noticiário estrangeiro. A apresentação do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In N.Traquina, (Org.), *Jonralismo: questões, teorias e estórias*. (2ªed). (61-73). Lisboa, Portugal: Veja.
- Golding, P. e Elliott, P. (1979). *Making the News*, Londres, Reino Unido: Longman.
- Graeme, T. e Tay, J. (2011). *Television studies after TV: understanding television in the post- broadcast era*. Johanneshov, Suécia: TPB.
- Grispsrud, J. (2012). *Relocating television: television in the digital contexto*. Hoboken, Nova Jérсия: Taylor and Francis.
- Hardcup, T. e O'Neill, D. (2017). What is news. *Journalism Studies*, 18 (12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.
- Horkheimer, M. e Adorno, T. (2000). A Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In L. C. Lima (Org.), *Teoria da Cultura de Massa*. (5ªed). (169-214). São Paulo, Brasil: Paz e Terra.
- Katz, E. e Scannell, P. (2009). *The End of Television?: Its Impact on the World (So Far)* Los Angeles: Sage.
- Lippmann, W. (1992). *Public Opinion*. Nova Iorque: Free Press.
- Lopes, F. (1999). *O telejornal e o serviço público*. Coimbra, Portugal: Minerva.
- Lopes, F. (2008). *A TV do real. A televisão e o espaço público*. Coimbra, Portugal: Minerva.

- Lopes, S. (2014). O Concurso enquanto espetáculo musical - Reflexões acerca dos antecedentes do Festival RTP da Canção. Repositório da *Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Etnomusicologia*. [Internet] Disponível em: http://media.wix.com/ugd/b80448_6cfc8829c02e4cedad8f63dde8ba21ef.pdf [Consultado a 3 de outubro de 2018].
- Lopes, S. (2015). From Sunset Winter to Caetano's Spring: The Importance of a Song Contest in the Portuguese Music Scene of the 1960's and 1970's. *Journal of Literature and Art Studies*, 5(6), 461-470. [Internet] Disponível em: <http://www.davidpublisher.org/Public/uploads/Contribute/557535f7dc276.pdf> [Consultado a 25 de novembro de 2018].
- Lopes, S. (2015). O Festival da Canção – definição de um objeto de estudo. *Post-It*, 3, 256-265. [Internet] Disponível em: <https://proa.ua.pt/index.php/postip/article/view/3340> [Consultado a 3 de outubro de 2018].
- Lourenço, J. e Subtil, F. (2017). Tendências e desafios do jornalismo de cinema na televisão portuguesa: o caso do Cinebox. In S. Pereira e M. Pinto, (Orgs.). *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso*. Disponível em: http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2678/2586.
- Lowenthal, L. (1971). Perspetivas históricas da cultura popular. In [s.n.] *A Indústria da Cultura* (207-229). Lisboa, Portugal: Meridiano.
- Mangorrinha, J. (2015). A cultura eurovisiva: canções, política, identidades e o caso português. *Lusosofia – Biblioteca Online de Filosofia e Cultura*. [Internet] Disponível em: http://www.lusosofia.net/textos/20151019mangorrinha_jorge_a_cultura_eurovisiva.pdf [Consultado a 3 de outubro de 2018].
- Marshall, D. (2010). Celebrity Journalists. In W. Donsbach, (Org.), *Donsbach, E. International Encyclopedia of Communication*. (424-426). Oxford, Reino Unido: Blackwell Publishing.
- Mccombs, M. e Shaw, D. (2017). The Agenda-Setting function of mass media. *The Agend-Setting Journal*, 1, 105-117. DO - 10.1075/asj.1.2.02mcc.
- Mesquita, M. (2003). *O quarto equívoco. O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra, Portugal: Minerva.

- Moreira, L.; Cidra, R. e Castelo-Branco, S. (2010). Música Ligeira. In S. Castelo-Branco (Orgs.), *Enciclopédia da Música em Portugal no século XX*. (Vol.3 pp.872-875). Lisboa, Portugal: Temas e Debates.
- Patterson, T. (2000). *Doing Well and Doing Good: How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy – And What News Outlets Can Do About It*. Harvard University.
- Pereira, F. e Veríssimo, J. (2010). Quanto valem as notícias? Publicidade e telejornais de horário nobre. In J, Silveira e P, Shoemaker (Orgs.), *Telejornais em exame* (195-213). Lisboa, Portugal: Edições Colibri/Instituto Politécnico de Lisboa.
- Pires, L.M. (2004). *Teorias da Cultura*. Lisboa, Portugal: Universidade Católica Editora.
- Santos, J. (2000). *Homo zappiens. O feitiço da televisão*. Lisboa, Portugal: Notícias Editorial.
- Schramm, W. (1949). The nature of news. *Journalism Quarterly*, 26, 259–269. <https://doi.org/10.1177/107769904902600301>.
- Scolari, C. (2008). Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la Comunicación*, 77, 1-9. [Internet] Disponível em: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/77/77-revista-dialogos-hacia-la-hipertelevisión.pdf> [Consultado a 20 de junho de 2019]
- Shils, E. (1971). A sociedade de massa e a sua cultura. In [s.n.] *A Indústria da Cultura* (151-186). Lisboa, Portugal: Meridiano.
- Silva, D. (2009). Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal. In *Academia* [Internet] Disponível em: http://www.academia.edu/2448702/Tend%C3%A2ncias_do_Jornalismo_Cultural_em_Portugal [Consultado a 23 de dezembro de 2018].
- Silva, D. (2012). *Cultura & Jornalismo Cultural – tendências e desafios no contexto das indústrias culturais e criativas*. Porto, Portugal: Media XXI.

- Simonelli, G. (1998). *Speciale TG. Forme e contenuti del telegiornale*. (2ªed). Novara, Itália: Interlinea.
- Raykoff, I. e Tobin, R. (2007). *A Song for Europe. Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Londres, Reino Unidos: Routledge.
- Reinemann, C.; Stanyer, J.; Scherr, S. e Legnant, G. (2011). Hard and soft news: O review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13 (2), 221-240. DOI: 10.1177/1464884911427803
- Ribeiro, A. (2003). Prefácio. In T. Adorno (Org.), *Sobre a Indústria da Cultura* (7-18). Coimbra, Portugal: Angelus Novus.
- Teves, V. (2007). *RTP – 50 anos de história: Rádio e Televisão de Portugal (1957-2007)*. [Internet] Disponível em: <https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/default.htm> [Consultado a 3 de outubro de 2018].
- Torres, E.C. (2011). *A Televisão e o Serviço Público*. Lisboa, Portugal: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Torres, E.C. (2013). Compreender e ultrapassar as dificuldades de avaliação académica da qualidade da televisão. *Estudos em Jornalismo e Mídia* 10 (2), 304-326. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n2p304>.
- Torres, E.C. (2016). Por um serviço público de conteúdos. *Imprensa da Universidade de Coimbra*, 2, 35-39. DOI:http://dx.doi.org/10.14195/2183-6019_2_3.
- Torres, E.C. (2018). *A televisão do século XXI*. Lisboa, Portugal: Universidade Católica Editora.
- Tragaki, D. (2013). *Empire of Song. Europe and Nation in the Eurovision Song Contest*. Lanham, Maryland: Scarecrow Press.
- Traquina, N. (1999). As notícias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. (2ªed). (167-177). Lisboa, Portugal: Veja.
- Traquina, N. (2001). *O Jornalismo Português em Análise dos Casos*. (4ªed) Lisboa, Portugal: Caminho.

- Traquina, N. (2004). *A tribo jornalística. Uma comunidade transnacional*. Lisboa, Portugal: Notícias Editorial.
- Tuchman, G. (1978). *A Study in the Construction of Reality*. Nova Iorque: Free Press.
- Tylor, E. (1988). Primitive culture. In P. Bohannan e M. Glazer (Orgs.), *Hight points: in anthropology* (61-78). Nova Iorque: McGraw-Hill.
- UNESCO (2002). *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*. [Internet] Disponível em:
[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/declarati
on_cultural_diversity_pt.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/declarati_on_cultural_diversity_pt.pdf) [Consultado a 22 de dezembro de 2018].
- White, D. (2001). O Gatekeeper. Uma análise de caso na seleção de notícias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. (2ªed). (142-152). Lisboa, Portugal: Veja.
- Wolf, M. (1987). *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Portugal: Presença.
- Wolton, D. (1994). *Elogio do grande público. Uma teoria crítica da televisão*. Coimbra, Portugal: Asa.

ANEXOS

Anexo 1 – Ficha técnica do clip noticioso “VI Grande Prémio TV da Canção Portuguesa

VI Grande Prémio TV da Canção Portuguesa Page 1 of 2 *1/2*

Clip objeto

Identificação

Nome do ficheiro	N069000041M5M		Criado em	29/07/2013	
Título MOS			Arquivado em	29/07/2013	
Título Omnibus	NOTICIÁRIO NACIONAL DE 1969#691.00001.002		Assét ID externo		
Suporte de arquivo	LX06006080XD	Suporte de ingest	LX06006080XD	Definição	Standard (SD)
TC-IN	01:41:26:04	TC-OUT	01:49:43:05	Duração	00:08:17:01

Contexto

Arquivo Permanente Informação Original

Versão: Cópia Data: 24/02/1969

Temas: Canal: RTP 1 Origem: Lisboa/Porto

Conteúdo

Título: VI Grande Prémio TV da Canção Portuguesa

Resumo Sintético: Trailer do VI Grande Prémio TV da Canção Portuguesa a realizar no dia 24 de Fevereiro de 1969 no Teatro de São Luís em Lisboa e excertos das atuações dos vencedores dos Festivais dos anos anteriores.

Resumo Analítico: Logótipo da RTP; legenda "VI Grande Prémio TV da Canção Portuguesa 1969"; orquestra dirigida por Ferrer Trindade; os cantores Simone de Oliveira, Daniel, Teresa Paula Brito, Uly Tchamba, Vitério Silva, Madalena Iglésias, Artur Garcia, Duo Ouro Negro, Fernando Tordo, Maria da Fé a cantar; legendas "dia 24 de Fevereiro 1969 no Teatro S. Luís", "Espectáculo a favor de Liga Portuguesa Contra o Cancro", legenda "VI Grande Prémio TV da Canção Portuguesa 1969"; apresentação do genérico final com ficha técnica.
01h44m42: António Calvário a cantar "Coração" no Festival de 1964; Simone de Oliveira canta "Sol de Inverno" no Festival de 1965; Madalena Iglésias a cantar "Sol quem ele é" no Festival de 1966; Eduardo Nascimento canta "O Vento Mudou" no Festival de 1967; Carlos Mendes canta "Verão" no Festival de 1968.

Indexação

Lista de termos

Id	Termo	Integração
1	RTP	
2	CALVÁRIO, António (1938-)	
3	IGLÉSIAS, Madalena (1939)	
4	OLIVEIRA, Simone de (19380211)	
5	TEATRO SÃO LUÍS	
6	FESTIVAL DA CANÇÃO	
7	MENDES, Carlos	
8	TORDO, Fernando	
9	PORTUGAL	

Condições de acesso e de utilização

Direitos: Sem restrições

Id	Tipo	Observações

Características técnicas

Formato imagem: 4:3 (Default) Omnibus ID: \VARQ_LX\Cmn\ET\59\56

Notas

Observações: Original: filme 1968-69; p/b: som.
Negros de 01h43m00 a 01h43m06; 01h43m20 a 01h43m34; 01h44m15 a 01h44m42.
Só som de 01h43m00 a 01h43m06; 01h49m15 a 01h49m43.
Sem som de 01h43m06 a 01h43m20; 01h43m04 a 01h44m15.

Dados da Notícia

[http://interplay-ap2.rtp.sgps:9900/WebCatalogingWS/\(S\(b1jux1oymvs4ld1ekfv5fa\)\)...](http://interplay-ap2.rtp.sgps:9900/WebCatalogingWS/(S(b1jux1oymvs4ld1ekfv5fa))...) 29-11-2018

Anexo 2 – Ficha técnica do clip noticioso “Chegada de Simone de Oliveira a Santa Apolónia”

Page 1 of 1 2/2

Chegada de Simone de Oliveira a Santa Apolónia

Clip objeto

Identificação

Nome do Ficheiro	N96900301NSM		Criado em	29/05/2017	
Título MCS			Arquivado em	29/05/2017	
Título Omnibus	NOTICIÁRIO NACIONAL DE 1969#69180001003		Asset ID externo		
Suporte de arquivo	LX15000702XD	Suporte de ingest	LX15000702XD	Definição	Standard (SD)
TC-IN	00:02:00:00	TC-OUT	00:07:20:00	Duração	00:05:20:00

Contexto

Arquivo Permanente	<input checked="" type="checkbox"/>	Informação	<input checked="" type="checkbox"/>	Originals	<input type="checkbox"/>
Versão	REST. DIGITAL		Data	31/03/1969	
Temas			Canal	RTP 1	
			Origem	Lisboa/Porto	

Conteúdo

Título	Chegada de Simone de Oliveira a Santa Apolónia
Resumo Síntico	Lisboa, Estação de Santa Apolónia, chegada de Simone de Oliveira, cantora, após a sua participação no 14º Festival Eurovisão da Canção realizado em Madrid, com a canção "Desfolhada".
Resumo Analítico	Multidão aguarda a chegada de Simone; orquestra toca acordeão; pessoas junto à linha; chegada do comboio; Simone rodeada de fotógrafos e jornalistas, entre eles Filipe Gouveia, e a prestar declarações sendo possível ouvir as pessoas a cantar a "Desfolhada"; planos da multidão a acenar; Simone cumprimenta várias pessoas, descansa numa cadeira, posa para fotografias e abandona a estação com voz off da cantora a agradecer a recepção e o apoio que recebeu durante a sua participação no festival.

Indexação

Lista de termos	Idr	Termo	Infracoceito
1		PORTUGAL	
2		##527213##	
3		FESTIVAL EUROVISÃO DA CANÇÃO	
4		OLIVEIRA, Simone de (19380211)	
5		##527213##	

Condições de acesso e de utilização

Direitos	Sem restrições		
Fundamentação	Idr	Tipo	Observações

Características técnicas

Formato imagem	4:3 PAL	Omnibus ID	VARQ LX/Omn/12/30/38
----------------	---------	------------	----------------------

Notas

Observações: Original: filme 6900182; p/b; sonoro.

Dados da Notícia

Texto do Pivot: _____

Texto de priorização: _____

Orçulos: _____

Última actualização

Alterado por (Nome)	Service-WorkflowEngine	Alterado em	31/05/2017 12:39:40
---------------------	------------------------	-------------	---------------------

[http://interplay-ap2.rtp.sgps:9900/WebCatalogingWS/\(S\(godsi20n0vjf5gvrcxb0zpes\)\)...](http://interplay-ap2.rtp.sgps:9900/WebCatalogingWS/(S(godsi20n0vjf5gvrcxb0zpes))...) 29-11-2018

Anexo 3 - Categorias Temáticas dominantes no Telejornal

A definição das variáveis teve como sustentação o modelo de análise seguido por Brandão (2005).

Política nacional – esta categoria engloba todos os assuntos em que são predominantes as atividades governamentais do Presidente da República, do Presidente da Assembleia da República, do primeiro-ministro, do governo e dos partidos políticos portugueses, quer essas atividades se realizem dentro ou fora do país.

Assuntos militares e policiais – esta categoria engloba os assuntos e atividades militares e policiais e respetivos elementos de controlo da ordem pública no plano nacional e internacional.

Política internacional – esta categoria engloba “todas as atividades dos políticos internacionais (e seus governos), bem como possíveis crises governamentais a nível internacional, ações de terrorismo, guerras entre Estado e ainda resoluções e atividades de organizações internacionais (...) bem como negociações e acordos diplomáticos, visitas diplomáticas, embargos e compromissos de ajuda e cooperação entre Estados” (p. 229).

Problemas sociais - esta categoria abrange os assuntos ligados ao “lado negativo da vida social” (p. 230), tais como a fome, a pobreza, a droga, as epidemias, os bairros degradados, o álcool, entre outros. A categoria abrange o âmbito nacional e internacional.

Tribunais e justiça – nesta categoria inserem-se todos os assuntos relativos ao funcionamento de tribunais, assim como polémicas, sentenças e julgamentos. Esta categoria engloba assuntos nacionais e internacionais.

Ordem Interna – nesta categoria engloba-se os assuntos de ordem interna de cada país (corrupção (não política), violações, violência, sequestros, assaltos e criminalidade).

Sindicatos e organizações profissionais – nesta categoria inserem-se todos os assuntos relativos a sindicatos e organizações de cada país. Aplica-se no âmbito nacional e internacional.

Greves e protestos – esta categoria reúne todas as notícias que reúnam manifestações nos planos nacional e internacional. Distingue-se da anterior pela espontaneidade e por não estar ligada a nenhuma organização.

Acidentes e catástrofes – aqui são reunidos os acidentes e as catástrofes e as suas consequências, no âmbito nacional e internacional.

Economia e negócios – esta categoria integra as notícias que digam respeito à economia nacional e internacional, assim como aos seus diferentes organismos financeiros.

Comércio e Indústria – “esta categoria engloba os planos nacionais e internacionais das atividades e relações de comércio e indústria, o turismo, a agricultura e nestes setores de atividade as promoções e os despedimentos” (p. 232).

Transportes e trânsito – esta categoria reúne “ os acontecimentos que digam respeito às atividades dos transportes públicos, comboios, metro, autocarros, aviões, navios e barcos de recreio. Quanto aos automóveis, referir-se-á igualmente ao comportamento dos condutores em estrada e às condições de trânsito. Os problemas de circulação por congestionamento e os assuntos relacionados com as portagens também pertencem a esta categoria” (pp. 232-233).

Saúde e serviços sociais – desta categoria fazem parte todas as notícias que tratem políticas e medidas legais de saúde. Os progressos da medicina também estão inseridos nesta categoria. Se algum destes temas for predominantemente referido o responsável político, no caso o Ministro da Saúde, a temática é «política nacional».

Ciência e Tecnologia – esta categoria engloba os problemas na ciência e na tecnologia, as novas invenções, a indústria dos computadores e multimédia, bem como as missões espaciais.

Educação - esta categoria diz respeito a todos os assuntos que refiram a educação, as escolas, as universidades, os encontros científicos e a relação entre professores, alunos e encarregados e educação. Assim, engloba todas as notícias em que o assunto principal não seja referente ao Ministério da Educação.

Habitação e obras públicas – esta categoria engloba todas as temáticas nas notícias que retratem projetos de construção e remodelações, bem como as políticas de habitação, arrendamentos, oferta de casas, etc.

Ambiente – preservação da natureza, organizações ambientais, risco ambiental são temáticas que estão abrangidas nesta categoria, no âmbito nacional e internacional.

Energia – “esta categoria integra todas as notícias relativas à política de fornecimento e custos de energia, de foro nacional e internacional” (p. 235).

Função pública – esta categoria agrupa as notícias que abordem despedimentos, promoções ou reestruturações da função pública, quer sejam de âmbito nacional ou internacional.

Desporto – esta categoria envolve todas as notícias que refiram qualquer modalidade desportiva e respetivos atletas, treinadores, clubes e mercado. Engloba o foro nacional e internacional.

Artes e cultura – nesta categoria inserem-se as artes plásticas, literárias musicais e cénicas no plano nacional e internacional.

Cerimónias, festividades e solidariedade – esta categoria visa o lado mais positivo da vida social. Esta categoria compreende as cerimónias oficiais, as comemorações e os aniversários de várias individualidades e entidades. Abrange ainda as festividades e as suas cerimónias inerentes.

Comunicação – “esta categoria integra todas as atividades ligadas ao jornalismo, aos media e novos media de foro nacional e internacional. E ainda as estatísticas da indústria dos media” (p. 237).

Moda e Beleza – esta categoria integra todos os eventos de moda, a vida dos modelos e as tendências de moda no âmbito nacional e internacional.

Casos diversos – “desta categoria constam os casos de *fait-divers*, ou seja, as celebridades, as histórias do cidadão comum, o dia-a-dia de um dado cidadão, as histórias de viagens, os recordes (...), os mistérios, as histórias místicas e de sobrenatural. Incluem-se ainda as histórias de casos que envolvam animais e seus feitos, bem como os assuntos relacionados com cómicos, concursos e jogos como as lotarias e os totolotos” (p. 237).

Religião – esta categoria retrata todas as notícias de âmbito religioso (exceto as festividades).

Tempo – esta categoria engloba os assuntos que abordem o estado do tempo (não se incluem aqui as catástrofes naturais).

Anexo 5 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 31.03.1969 - 2ª edição

TELEJORNAL

31-3-69 - 2ª. Edição - 21H30 *Castano*

Realização de: Armando M. Carvalho Locução de: M. Castano - D1
H. Mendes - D2 X

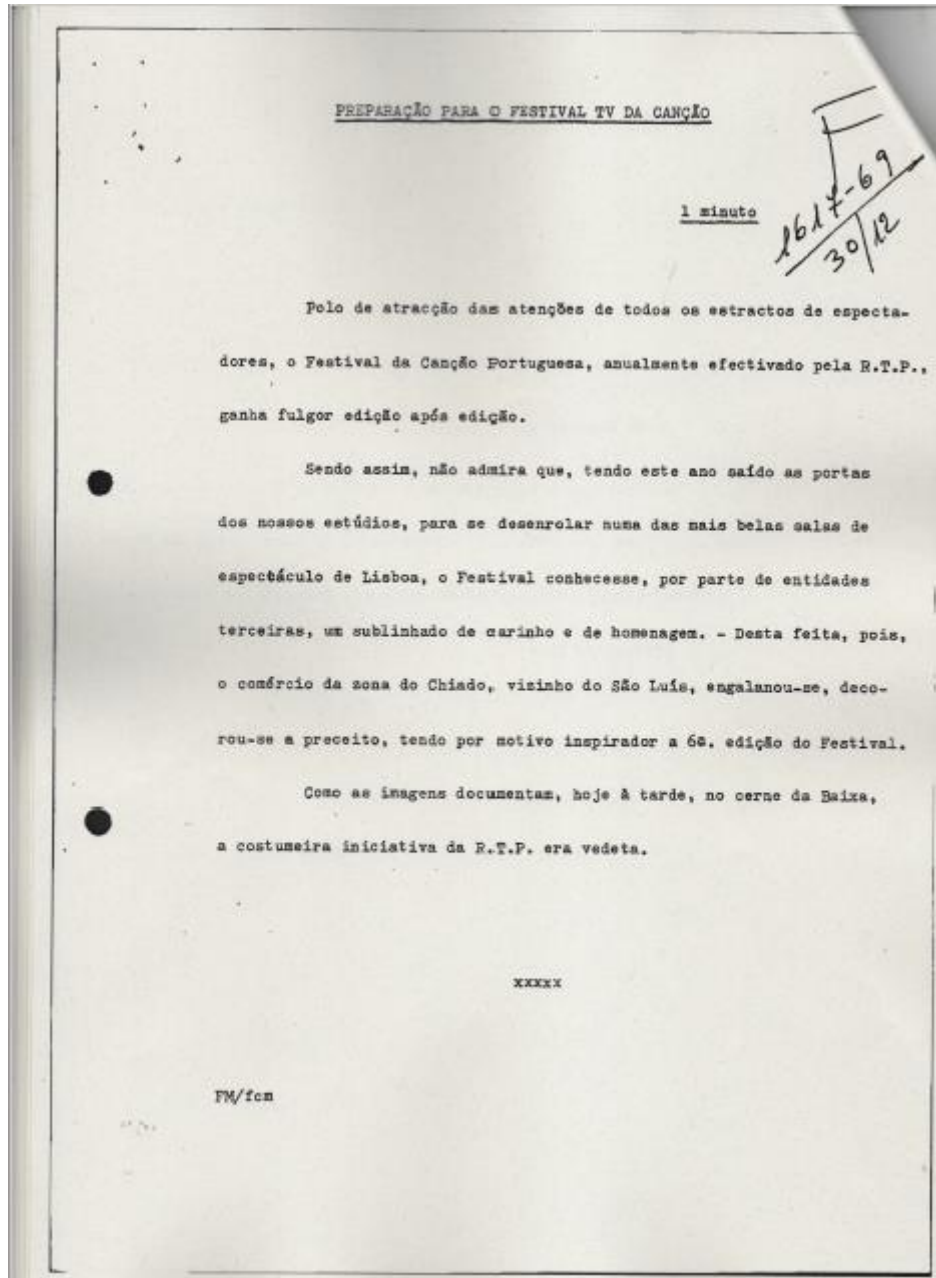
TEMPO:	ORIGEM:	IMAGEM:	SOM:
	T 35	Genérico "Telejornal - 2ª. Edição"	Óptico
1m.20s.	T 16	UPIIN-RTP - <u>Negativo</u> - Presidente Conselho nos E.U.	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
3m.05s.	T 16	CBS-UPIITE-2787-89-88-78 - Eisenhower	Dir.+Dis+ópt.
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
	T 16	RTP - Posse Presidente Nac. C.V.P. - NEGATIVO	Klang+Dir.+ +Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
1m. 50s.	T 16	RTP - Partida Gov. de Moçambique	Klang+Dir.+ +Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
2m.00s.	T 16	UP/2782 - Domingo de Ramos no Vaticano	Ópt.+Dir.+Dis.
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
4m.00s.	T 16	RTP - Precisaço dos Passos em Braga	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
40s.	T 16	RTP - Entrega condec. general Botelho & L. Comb.	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
45s.	T 16	RTP - Chegada vencedores prémios Alm. Am. Tomás	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
1m.00s.	T 16	UP/2779 - Tremor de terra na Turquia	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
1m.30s.	T 16	UP/2784 - Morte de Bianchi em La Mans	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
	T 35	Genérico "Bolstín Meteorológico"	Óptico
	D C	Meteorologista	Directo
	T D	Slide "Próxima Edição"	Indicativo

RS/fcm XXXX

Anexo 7 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 24.02.1969 - 2ª edição

TELEJORNAL			
24-2-69 - 2ª Edição - 21H30			
Realização de: Fernando Mendes		Locução de: F. Gouveia - D1 M. Caetano - D2	
TEMPO:	ORIGEM:	IMAGEM:	SOM:
	T 35	Genérico "Telejornal - 2ª. Edição"	óptico
1m.05s.	T 16	RTP - "C.E. visita ruínas Instituto Hidrográfico"	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor) alternados	Directo
40s.	T 16	RTP - "Min. Exército visita Pupilos do Exército"	Dir.+Discos
		- CORTINA -	
40s.	T 16	RTP - "Min. O. Públicas preside abert. 6ª. semana de Engenharia Civil"	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor) alternados	Directo
2m.10s.	T 16	RTP - "Governador de Angola em Moçambique"	Dir.+Discos
	T D	Slide "TAP"	Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor) alternados	Directo
55s.	T 16	UPIFN-1594/69 - "Reunião Gabinete Israelita"	Dir.+Discos
		- CORTINA -	
40s.	T 16	UPIFN-1593/69 - "Boeing El Al regressa a Telavive"	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor) alternados	Directo
2m.25s.	T 16	UPIFN-1592/69 - "Nixon em Bruxelas"	Dir.+óptico
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor) alternados	Directo
1m.00s.	T 16	RTP - "Preparativos Festival Canção TV"	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor) alternados	Directo
50s.	T 16	RTP - "Eibatejo: Inundações"	Dir.+Discos
	T 35	Genérico "Boletim Meteorológico"	óptico
	D C	Meteorologista	Directo
	T D	Slide "Próxima Edição"	Indicativo
FM/fcm		XXXXXX	

Anexo 8 – Reportagem do Telejornal da RTP1 de 24.02.1969 – “Preparativos Festival Canção TV”



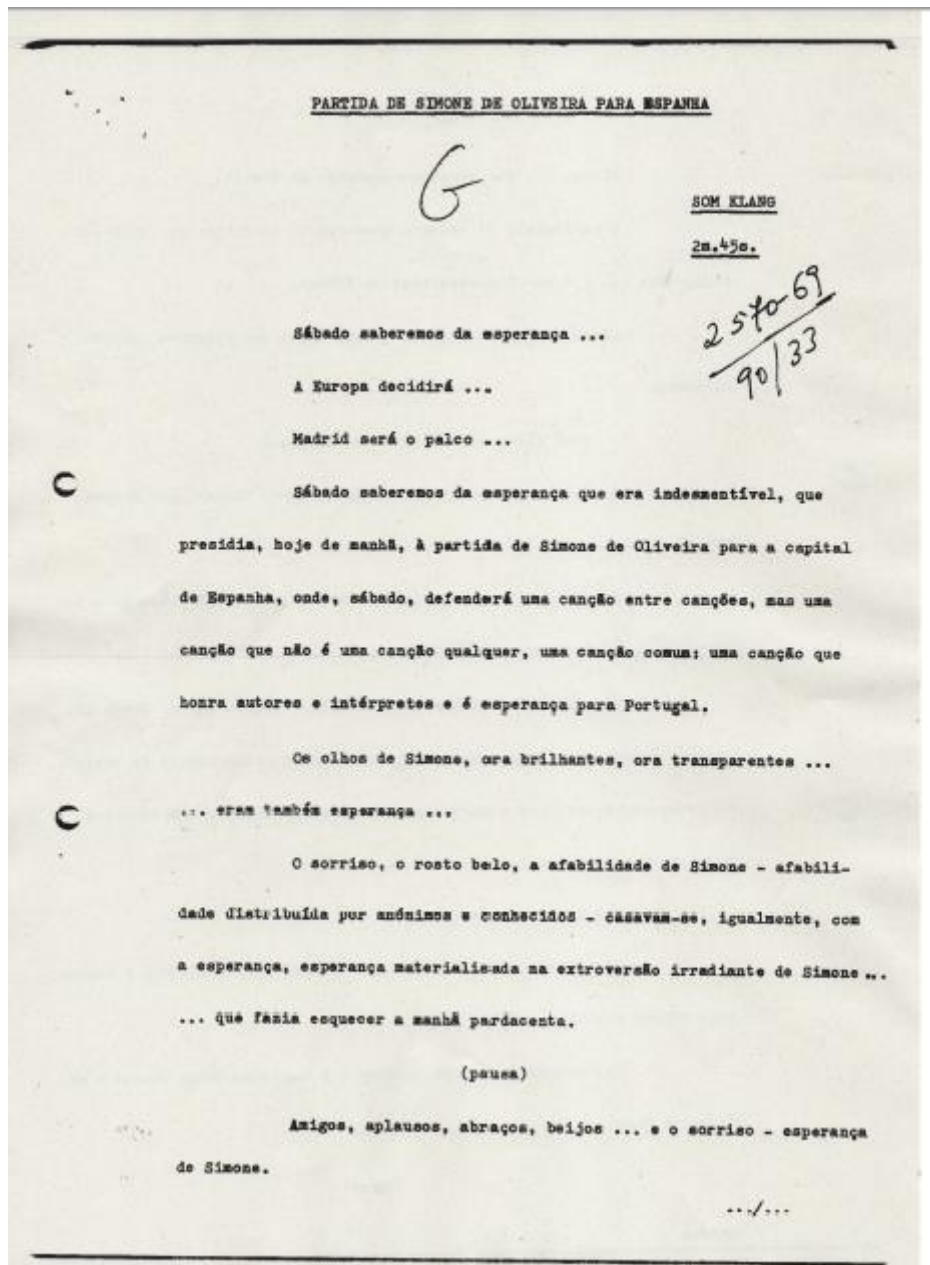
Anexo 10 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 25.03.1969 - 2ª edição

TELEJORNAL			
25-3-69 - 2ª. Edição - 21h30			
Realização de: Armando Marques de Carvalho		Locução: G. Ferreira - D1 F. Gouveia - D2	
TEMPO:	ORIGEM:	IMAGEM:	SOM:
	T 35	Genérico "Telejornal - 2ª. Edição"	Óptico
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
1m.30s.	T 16	NEGATIVO - RTP - Partida Min. Defesa Afr. do Sul	Dir.+Dis.+Kf.
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
50s.	T 16	RTP - Min. Comunicações recebe jorn. espanhóis	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
1m.15s.	T 16	NEGATIVO - RTP - Desoc. lápida de Eça Queiros	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
25s.	T 16	RTP - Entrega prémio Sec. do Cinema e da Rádio	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
50s.	T 16	UPIIN-2544 - Reunião governo francês	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
1m.10s.	T 16	UPIIN-2543 - Exp. em AmE	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
1m.00s.	T 16	UPIIN-2545 - Kasavubu	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
35s.	T 16	CBS-2548 - Ataque a Danang	Dir.+Discos
	D C	Locutor	Directo
	D C	Locutor	Directo
2m.45s.	T 16	RTP - Partida Simons para Espanha	Dir.+Dis.+Kf.
	T 35	"Boletim Meteorológico"	Óptico
	D C	Meteorologista	Directo
	T D	Slide "Próxima Edição"	Indicativo

XXXXX

MM/tem

Anexo 11 – Reportagem do Telejornal da RTP1 de 25.03.1969 – “Partida de Simone de Oliveira para Espanha”



G

-2-

Flores ... e o sorriso-esperança de Simone.

O pandemónio de todos a quererem vê-la de perto, pedir-lhe autógrafos ... e o sorriso-esperança de Simone.

Ainda a simpatia, ainda a esperança, nas palavras que nos concedeu:

(Som Klang dos 1m.08s. aos 2m.00s.)

De novo o público, aglomerado na Gare, chamava por Simone. Vitoriana Simone.

Simone sorriu, correspondeu, cantou, tendo já a seu lado as artistas que a acompanharão ~~em~~ Madrid.

Dr. R.T.P., seguiram viagem; o Dr. António Bivar, Chefe da Divisão de Relações Exteriores, o Dr. Oliveira Martins, Chefe da Divisão de Programas Dramáticos e Musicais, Manuel Jorge Veloso, dos Serviços Musicais e o realizador Oliveira e Costa.

Era a hora da partida.

Numa homenagem ... o Chefe da Estação pediu licença a Simone para mandar partir o comboio ...

... segundos, depois, Simone e a esperança ~~eram~~ viagem a caminho de Madrid.

XXXX

FM/fcm

Anexo 14 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 30.03.1969 - 3ª edição

TELEJORNAL
30/3/69 - 3ª. edição - 19.30H.

Realização: R. Soares

Locução de: Fialho - D1
Crus - D2

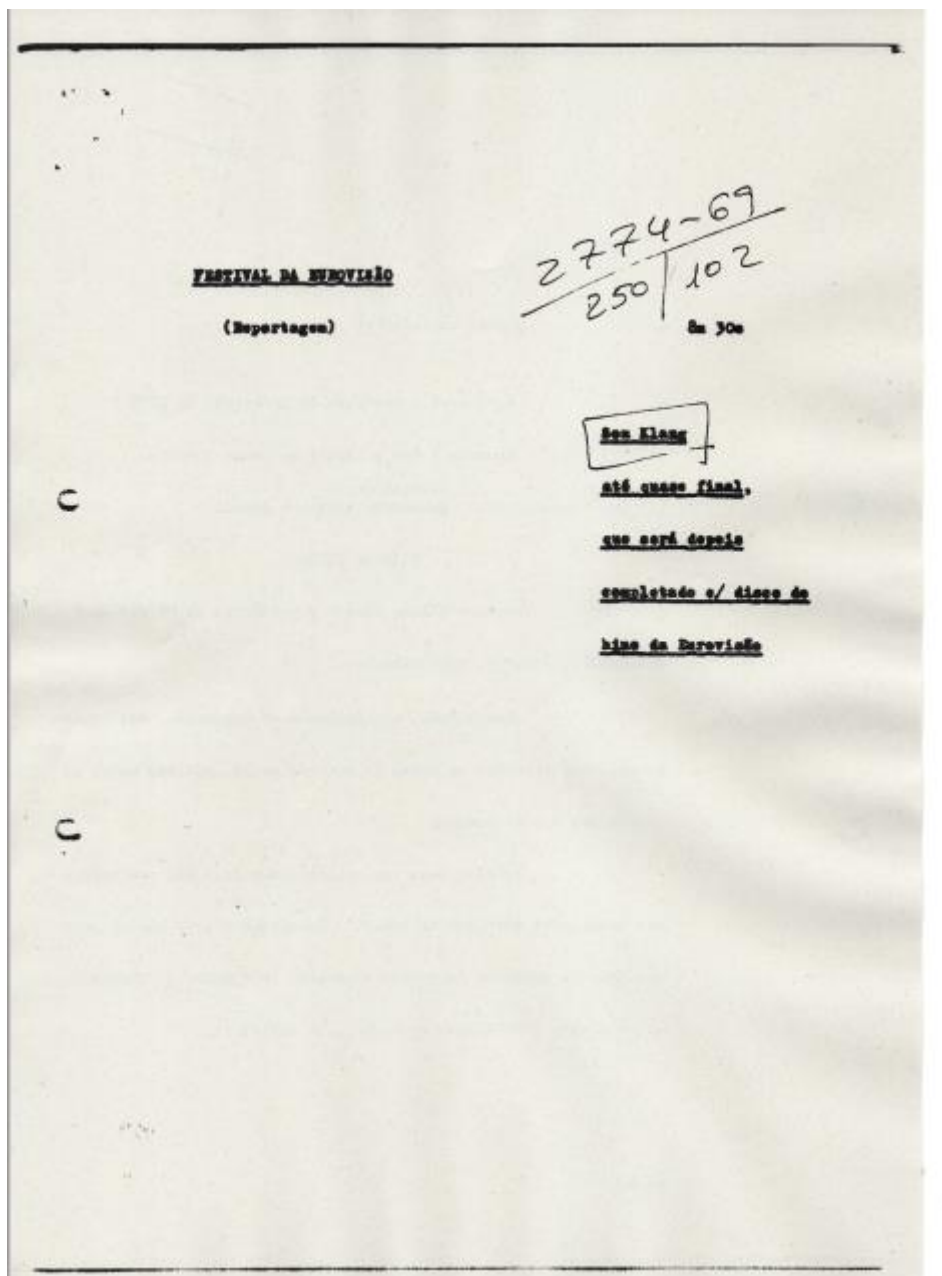
<u>TEMPO</u>	<u>ORIGEM</u>	<u>IMAGEM</u>	<u>SOM</u>
	T35	Genérico "Telejornal" - 3ª. edição	Óptico
1'45"	T16	R.T.P.-Partida P. do Conselho p/Est. Unidos	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
1'	T16	RTP - Ordenação Sacerdotes em Fátima - Cortina -	Dir.+Dis.
45"	T16	RTP - Exp. Luísa Campos em Braga	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
45"	T16	RTP - Reunião Pres. Municípios de Coimbra	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
30"	T16	UP/2.693 - Nixon - Cortina -	Dir.+Dis.
40"	T16	UP/2.697 - Nassar	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
30"	T16	UP/2.701 - Kas Ky	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
40"	T16	UP/2.705 - Explosão na Califórnia	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
40"	T16	UP/2.696 - Observatório do Chile	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
35"	T16	RTP - Bodo na Casa de Trás-os-Montes	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
45"	T16	RTP - Exp. no Casino do Esporil	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
45"	T16	RTP - Penteados portugueses	Dir.+Dis.
	DC	Locutor	Directo
	DC	Locutor	Directo
1'30"	T16	RTP - Campeonatos da M. P.	Dir.+Dis.
	TD	Slide "Próxima Edição"	Indicativo

RS/GN

Anexo 15 – Alinhamento do Telejornal da RTP1 de 30.03.1969 - 4ª edição

TELEJORNAL			
	30/3/69 -	- 21.30	Tralho
		4ª. EDIÇÃO	
REALIZAÇÃO DE:	R. SOARES		LOCUÇÃO DE: <u>VIALHO - D 1</u> <u>CRUZ - D 2</u>
TEMPO	ORIGEM	IMAGEM	SOM
	T 35	Genérico " TELEJORNAL - 4ª. EDIÇÃO "	ÓPTICO
1m. 40s.	T 16	RTP - Partida Presidente Conselho	DIR. + DISCOS
	D C	Locutor	DIRECTO
	D C	Locutor	DIRECTO
3m. 30s.	T 16	UP/ 2745 -49-50-59 - Eisenhower	ÓPT.+DIR.+DIS.
	D C	Locutor	DIRECTO
	D C	Locutor	DIRECTO
45s.	T 16	RTP - M.Estado em Évora	DIR. + DISCOS
	D C	Locutor	DIRECTO
	D C	Locutor	DIRECTO
1m. 10s.	T 16	RTP - Min ^{ra} . Justiça e O.P. no Porto	DIR. + DISCOS
		- C O R T I N A -	
45s.	T 16	RTP - M.O.Públicas visita Depart.s/Ministério	DIR. + DISCOS
	D C	Locutor	DIRECTO
	D C	Locutor	DIRECTO
1m. 15s.	T 16	RTP - Semana Santa em Lisboa	DIR. + DISCOS
	D C	Locutor	DIRECTO
	D C	Locutor	DIRECTO
50s.	T 16	UP/ 2744 - Wálsen em Braga	DIR. + DISCOS
	D C	Locutor	DIRECTO
	D C	Locutor	DIRECTO
1m. 00s.	T 16	UP/ 2740 - Manifestação anti-russa em PTAGA	ÓPT.+DIR.+DIS. !
	D C	Locutor	DIRECTO
	D C	Locutor	DIRECTO
	T 16	RTP - Reportagem Festival Eurovisão	KLING + DISCOS
	T 35	Genérico " Boletim Meteorológico "	ÓPTICO
	D C	Meteorologista	DIRECTO
	T D	SLIDE " PRÓXIMA EDIÇÃO "	INDICATIVO
RS/MJ.		/////	

Anexo 16 – Reportagem do Telejornal da RTP1 de 30.03.1969 – “Reportagem Festival Eurovisão”



F

* Quatro vencedoras!

* Onde será o Festival da Eurovisão de 1970 ?

Ninguém é bom julgador em causa própria...

C ... mas " Desfolhada " ^{verfúria} ~~ganhou~~ apenas 4 pontos ?

(PEQUENA PAUSA)

Durante alguns dias o espectáculo de Madrid será
discussão... depois, esquecimento...

C Entretanto, apresentamos um documento, uma repor-
tagem , que relembra as horas de ontem à noite, vividas entre as
esperanças e a desilusão.

Apresentamos uma reportagem objectiva, com início
nos bastidores técnicos da R.T.P. e funcionários , de pleno, para
que nada se perdesse de quanto aconteceu no " palco da Europa "...
... e o mais que adiante se verá ... e ouvirá !...

FM/WJ.

Anexo 17 - Análise da dimensão de conteúdo das peças relativas ao FRTPC e respetiva participação de Portugal no FEC, no ano de 2017

Dia	Título	Assunto	Personagens
19 de fevereiro	Reportagem em direto “Festival da Canção 2017”	- Antevisão; - Promoção do evento.	Júlio Isidro e Nuno Markl (elementos do júri do FRTPC2017).
19 de fevereiro	Reportagem “Festival da Canção 2017	- Bastidores; - Promoção do evento; - Antevisão; - Memórias.	- Sónia Araújo e José Carlos Malato (apresentadores); - Inês Lopes Gonçalves Dora Gabriela Chave Inês Meneses (elementos do júri do FRTPC2017): - Gonçalo Mandail (Coordenador do FRTPC2017).
26 de fevereiro	Reportagem “Festival da Canção 2017”	- Promoção do evento; - Bastidores	- Paula Macedo (realizadora) - Nuno Galopim (produtor de música FRTPC2017).
26 de fevereiro	Reportagem em direto “2ªsemifinal depois do telejornal”	- Promoção do evento; - Antevisão.	- Tânia Ribas de Oliveira e José Carlos Malato (apresentadores).
5 de março	Reportagem em direto “Final do Festival da Canção 2017”	- Antevisão	- Eládio Clímaco (ex-apresentador do Festival.
5 de março	Reportagem “ Festival RTP da Canção”	- Bastidores	- Jorge Benvinda Celina da Piedade Deolinda Kinzimba Lena D’Água Pedro Gonçalves Fernando Daniel (concorrentes do FRTPC 2017).
8 de maio	Reportagem “Recebido em festa”	- Reações do público - Bastidores	- Salvador Sobral (representante de Portugal no FEC2017); - Olga Melzing (Produtor executivo FEC2017).
9 de maio	Entrevista “Festival Eurovisão da Canção”	- Antevisão; - Promoção do evento.	- Salvador Sobral
11 de maio	Reportagem “Salvador Sobral”	- Reações do público	- Fãs e alunas de língua portuguesa em Kiev.
11 de maio	Reportagem “Amar pelos Dois”	- Música; - Reações do público.	- Salvador Sobral

Dia	Título	Assunto	Personagens
13 de maio	Reportagem em direto “Salvador Sobral na final”	- Antevisão; - Promoção do evento.	- Salvador Sobral
13 de maio	Reportagem “Salvador Sobral na final”	- Bastidores; - Música; - Reações do público.	- Luísa Sobral (autora da canção “Amar pelos Dois”).
13 de maio	Reportagem “Dez melhores na Eurovisão”	- Memórias	Lúcia Moniz Carlos Mendes José Cid Sara Tavares Dulce pontes Tonicha Manuela Bravo Anabela Fernando Tordo Simone de Oliveira Carlos Paião Dora Madalena Iglésias “Doce” “Da Vinci” (ex concorrentes do FRTPC).
14 de maio	Reportagem “Salvador chega a Lisboa”	- Reações do público; - - Apresentação de resultados,	- Salvador Sobral; - Fãs.
14 de maio	Entrevista “Salvador à RTP”	- Reações de artistas	- Salvador Sobral
14 de maio	Reportagem “Portugal é vencedor”	- Apresentação de resultados	- Salvador Sobral; - Luísa Sobral.
14 de maio	Reportagem “Salvador Sobral”	- Reações de artistas	- Salvador Sobral; - Luísa Sobral.
14 de maio	Reportagem “«Amar Pelos Dois» nas redes sociais”	- Música	
14 de maio	Reportagem “Salvador Sobral”	- Histórias de Vida	- Salvador Sobral
14 de maio	Espaço de comentário	- Reação de artistas; - Música.	- Nuno Galopim; - Tozé Brito (ex-concorrente do FRTPC e produtor musical).
14 de maio	Reportagem “Vitória no Festival Eurovisão”	- Reações dos artistas; - Memórias; - Música	- Lúcia Moniz Simone de Oliveira Carlos Mendes José Cid
14 de maio	Reportagem “Portugal vence Eurovisão”	- Reações	- Marcelo Rebelo de Sousa e António Costa.

Dia	Nome	Tema	Personagens
14 de maio	Reportagem “Aplausos nas redes sociais”	- Reações do público; - Reações de artistas.	- Caetano Veloso; - Miguel Araújo; - Salvador Sobral.
15 de maio	Reportagem “Bastidores da vitória”	- Bastidores	- Salvador Sobral; - Luísa Sobral.
15 de maio	Reportagem “Eurofestival em Portugal”	- Antevisão	Artur Santos Silva (Diretor de Programas RTP 2017).
16 de maio	Reportagem “Festival da Eurovisão em Portugal”	- Antevisão	- Gonçalo Reis (Diretor Geral RTP).
16 de maio	Reportagem “Amar Pelos Dois”	- Música	- Luís Figueiredo (arranjador e pianista da composição da canção “Amar Pelos Dois”).