

Varia. Artigos/Articles/Artículos

Os Canais Satélite da CNN e as Suas Diferenças: CNN Portugal Versus CNN Prima News**The CNN Satellite Channels and Their Differences: CNN Portugal Versus CNN Prima News****Las Filiales de CNN y Sus Diferencias: CNN Portugal Versus CNN Prima News**Élvio Silva Carvalho • Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal • elvio.carvalho@ubi.pt <https://orcid.org/0009-0002-8382-2060>

Resumo A expansão internacional da CNN ganhou novos contornos com a venda de licenças da marca para a criação de canais afiliados independentes. Estas estações de televisão carregam o nome, imagem e estilo da CNN, mas são direcionadas para o público doméstico. O primeiro canal a surgir foi a CNN Türk, em 1999, e até 2025 foram lançados mais de uma dezena em todo o mundo, apesar de atualmente nem todos se manterem a sua atividade. Estes canais têm particularidades e os respetivos noticiários podem apresentar um estilo próprio. Este artigo procurou identificar as principais diferenças entre os telejornais de dois canais afiliados, a CNN Portugal (Portugal) e CNN Prima News (Chéquia), ao nível da composição, nomeadamente na forma como a informação é apresentada aos telespectadores, se os temas predominantes são mesmos e se incluem conteúdos de outras CNN. Foram analisados 14 noticiários de cada uma das estações, sete emitidos às 9:00 e sete emitidos às 19:00, utilizando o método da semana construída. Os resultados confirmaram que, efetivamente, apesar da partilha do nome CNN, não existe uma linha comum entre os dois canais, quer na composição dos noticiários, quer na escolha dos temas, e, até, no recurso à rede CNN. Concluiu-se que, de facto, são canais locais independentes, focados na audiência doméstica, que incluem práticas e características da marca original.

Palavras-chave: Cable News Network, CNN Portugal, CNN Prima News, Televisão, Jornalismo Televisivo.

Abstract The international expansion of CNN evolved with the sale of brand licenses for the creation of independent affiliate channels. These television stations carry the CNN name, image, and style but are tailored to domestic audiences. The first such channel was CNN Türk, launched in 1999, and by 2025 multiple channels had been launched worldwide, although not all remain active. Each channel has some specific characteristics, and their news programs often feature distinct styles. This article aimed to identify the main differences between the news broadcasts of two affiliates, CNN Portugal (Portugal) and CNN Prima News (Czechia), focusing on how information is presented, whether the main topics are the same, and whether they include content from other CNN channels. Fourteen broadcasts from each station were analyzed, seven aired at 9:00 and seven at 19:00, using the constructed-week method. The results confirmed that, despite sharing the CNN brand, the two channels differ in newscast composition, topic selection, and the use of CNN's global network. It was

Nota Biográfica: **Élvio Carvalho** é doutorando e investigador em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior, com interesse por jornalismo televisivo e digital. Desde 2024, é financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, através de uma bolsa de doutoramento. É, também, mestre em Jornalismo (2013) e

licenciado em Ciências da Comunicação (2011). Antes de se dedicar à investigação, foi jornalista e coordenador de noticiários na TVI e na CNN Portugal (2013-2024).

elvio.carvalho@ubi.pt

SOPCOM
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

**Rev
Com**

Revista Comunicando

vol. 14, núm. 2, e025014, 2025

Associação Portuguesa de Ciências da
Comunicação,
Portugal

ISSN-E: 2182-4037

ISSN-L: 2182-4037

diretorcomunicando@sopcom.pt

Recepción: 21 Abril 2025

Aprobación: 30 Junio 2025

Publicación: 27 Noviembre 2025

concluded that these are independent local channels, focused on domestic audiences, while incorporating practices and elements of the original brand.

Keywords: Cable News Network, CNN Portugal, CNN Prima News, Television, Broadcast Journalism.

Resumen La expansión internacional de CNN ha crecido con la venta de licencias de marca para la creación de canales afiliados independientes. Estas estaciones de televisión llevan el nombre, la imagen y el estilo de CNN, pero están adaptadas a las audiencias nacionales. El primer canal de este tipo fue CNN Türk, lanzado en 1999, y hasta 2025 se lanzaron más de una decena en todo el mundo, pero no todos permanecen activos. Cada canal tiene características específicas, y sus programas de noticias suelen presentar estilos distintos. Este artículo tuvo como objetivo identificar las principales diferencias entre las emisiones de noticias de dos afiliadas, CNN Portugal (Portugal) y CNN Prima News (Chequia), centrándose en cómo se presenta la información, si los temas principales son los mismos y si incluyen contenido de otros canales de CNN. Se analizaron 14 emisiones de cada estación, siete emitidas a las 9:00 y siete a las 19:00, utilizando el método de la semana construida. Los resultados confirmaron que, a pesar de compartir la marca CNN, los dos canales difieren en la composición de los informativos, en la selección de temas y del uso de la red global de CNN. Se concluyó que se trata de canales locales independientes, enfocados al público nacional, aunque incorporan prácticas y elementos de la marca original.

Palabras clave: Cable News Network, CNN Portugal, CNN Prima News, Televisión, Periodismo Televisivo.

1. Introdução

Desde o primeiro dia de emissões, a 1 de junho de 1980 (Napoli, 2020), a Cable News Network (CNN), primeiro canal de notícias do mundo, transformou a forma como os telespectadores podem consumir informação.

Nas últimas quatro décadas, e graças à tecnologia (satélite e, mais tarde, a internet), a CNN tornou-se uma marca global, com o *spin-off* CNN Internacional presente em praticamente todos os países do mundo, e a expansão continua. Desde 1999, a marca norte-americana passou a licenciar o nome, os recursos e as práticas a estações independentes em vários países (CNN, s.d.). São os *branded channels*, canais afiliados independentes, que seguem os princípios editoriais da CNN, mas que estão adaptados à realidade cultural da sociedade em que se encontram. Porque um assunto que é relevante para o público dos Estados Unidos da América pode não o ser para a audiência portuguesa, ou seja, os alinhamentos dos telejornais e até a prioridade dada aos critérios de noticiabilidade podem ser diferentes entre estes canais que partilham o nome CNN. É sobre tudo isto que se pretende refletir, na primeira fase desta investigação. Em seguida, na fase empírica, o objetivo é identificar as principais diferenças entre os telejornais de dois canais afiliados, a CNN Portugal (Portugal) e a CNN Prima News (Chéquia), selecionados por terem iniciado emissões, sensivelmente, com um ano de diferença (2021 e 2020, respetivamente) e por terem um perfil semelhante no que toca ao licenciamento da marca CNN (CNN, s.d.). Serão analisados ao nível da composição, nomeadamente na forma como a informação é apresentada aos telespectadores, dos temas predominantes e da inclusão de conteúdos produzidos por outros canais da rede CNN.

1.1. O Primeiro Canal de Notícias

A conversa que levou à criação da CNN foi bastante breve. Em novembro de 1978, o empresário Ted Turner telefonou ao jornalista Reese Schonfeld e perguntou-lhe “se era possível” e se estava disponível “a fazê-lo” (Whittemore, 1990), referindo-se à criação do primeiro canal 24 horas de notícias. Ambos já haviam debatido a ideia anteriormente (Schonfeld, 2001), mas Turner demorou a estar convencido de que o formato podia ser uma boa aposta. A “luz verde” definitiva só chegaria a 5 de maio de 1979 (Schonfeld, 2001), dias antes de ser anunciado ao mundo, e com pouco mais de um ano até à data da estreia.

Neste trabalho, não se pretende recordar a lista de eventos que levaram à criação do canal, nem as posteriores dificuldades que enfrentou (Napoli, 2020), mas vale a pena referir que a ideia de um canal 24 horas foi muitas vezes ridicularizada, incluindo por grandes estações, que questionavam quem iria ver tantas horas

de notícias. Antecipava-se um enorme falhanço (O'Connor, 2010; Whittemore, 1990).

Turner e Schonfeld também partilhavam algum do ceticismo (Napoli, 2020; Schonfeld, 2001; Turner & Burke, 2008). Perguntavam-se se existiam tantos acontecimentos num só dia que alimentassem um canal temático de notícias. Porém, durante os ensaios, perceberam que teriam de reinventar “o noticiário” e encontraram soluções que não só resistem até hoje, como se tornaram essenciais para manter os canais de notícias atuais a funcionar: o direto acima do diferido, um conjunto de comentadores para as horas de menor fluxo de notícias, programas temáticos e, inevitavelmente, alguma repetição das notícias do dia, com atualizações. Também estabeleceram parcerias com estações locais, com as quais trocavam conteúdos e sinais, inventaram o conceito das notícias nacionais-locais (Whittemore, 1990), ao produzir conteúdos pelo ângulo de como a novidade afetava o cidadão-comum, e desenvolveram o conceito que hoje conhecemos como *breaking news* (Volkmer, 1999; Whittemore, 1990), o acompanhamento de um evento durante quanto tempo fosse necessário. Reese Schonfeld, que seria o primeiro presidente do canal, queria poder dar o maior número de histórias em primeira mão possível, correndo o risco vir a transmitir eventos sem importância. Para Schonfeld, até que um incêndio estivesse resolvido, não havia forma de saber se iria consumir uma área pequena ou uma cidade (Whittemore, 1990). Queria vender o processo, não o resultado.

A primeira emissão arrancou, como planeado, a 1 de junho de 1980, 90 dias depois uma conferência de imprensa onde Ted Turner fez a promessa de que o canal iria emitir até ao fim da humanidade (Napoli, 2020). Quarenta e cinco anos depois, a CNN é hoje uma marca global.

É preciso referir que a CNN é um produto que deve a sua existência à multiplicação das operadoras de telecomunicações e da massificação do consumo de televisão via satélite, pois só a alteração da forma de obter o sinal, e a redução de custos das operações tornaram todo o processo possível (Pike, 2005). Apesar de a CNN se tratar inicialmente de um canal direcionado para o público dos Estados Unidos da América, a verdade é que nasceu praticamente enquanto canal global, já que a transmissão via satélite possibilitou que cedo começasse a ser visto fora do país, nomeadamente no Canadá e em alguns países da América Central — inclusive em Cuba, onde o sinal era pirateado até por Fidel Castro (Napoli, 2020). Não é, por isso, uma surpresa que logo em 1984 (Pike, 2005) a estação começasse a ser disponibilizada noutros países como “Austrália, Japão, México e China” (Napoli, 2020, p. 495), expansão que levaria à criação da CNN Internacional, em 1985. O sucesso do canal a nível global — principalmente após a cobertura da primeira Guerra do Golfo (1990-1991) — acabaria por inspirar

empresários e governos, que criaram canais semelhantes nos anos seguintes (Gilboa, 2005), de que são exemplo a Sky News (1989), a BBC World News (1991, mas dedicada a notícias apenas a partir de 1995), a Euronews (1993), a FOX News (1996), a MSNBC (1996), a Al Jazeera (1996) e a France 24 (2006), hoje igualmente marcas globais.

1.2. Os Canais Licenciados e a Globalização dos Grupos de *Media*

Atualmente, a CNN Internacional está presente em mais de 200 países/territórios e disponível em perto de 350.000.000 de lares (CNN, s.d.), com centros operacionais e estúdios que emitem a partir de Atlanta (Estados Unidos da América), Londres (Reino Unido), Abu Dhabi (Emirados Árabes Unidos) e Hong Kong (China). Porém, estar presente em praticamente todo o mundo, e até ser um dos canais mais vistos globalmente, não significa que a CNN Internacional seja a fonte principal de notícias ou até figure entre os canais mais vistos em cada país.

Hans-Henrik Holm escreveu, no ano 2000, que “poucas pessoas passam os tempos livres a ver [os] canais globais”, como a CNN, e que estes telespectadores passam “muito mais tempo a receber informação e notícias de outros *media* mais focados no” território nacional (p. 116). Holm (2000) acreditava que a tendência, no futuro, passaria pela criação de mais “versões regionais dos programas, produzidos em diferentes regiões [e línguas]. (...) De forma a competir com outros canais de notícias regionais” (p. 116). Nas últimas décadas assistimos justamente a esta realidade, com as estações locais a apostarem em canais de informação próprios, com identidade e língua nacionais.

A CNN percebeu cedo que era preciso adaptar conteúdos e notícias aos territórios. Essa foi uma das motivações para a divisão progressiva da CNN Internacional em cinco regiões (entre 1985 e 1997): “Europa/Médio Oriente/Africa; CNN Internacional Ásia-Pacífico; CNN Internacional Ásia Sul; CNN Internacional América Latina e CNN Internacional América do Norte” (Fernandes, 2022, p. 1). Ou seja, apesar da presença em vários continentes, nem todos os telespectadores viam a mesma CNN Internacional. Esta estratégia foi, aliás, seguida por outros canais de grande dimensão, ao criarem versões regionais (ou noutras línguas) dos próprios canais. Porém, não era suficiente. Os grandes grupos perceberam que tinham de inovar para continuarem a aproximar-se dos públicos-alvo.

No caso específico da CNN, a cadeia norte-americana estabeleceu, nas últimas décadas, parcerias com grupos de *media* locais (CNN, s.d.) para a distribuição dos seus conteúdos e sinais (atualmente a CNN tem mais de 1.000 parceiros), criou novos canais em línguas que não o inglês (CNN em Espanhol e CNN Chile), rádios

(CNN Radio Argentina), páginas de internet (CNN Arabic; CNN Greece) e, o mais relevante, foi licenciada a utilização dos recursos e da marca CNN a estações ou grupos económicos locais, que criaram novos canais afiliados oficiais, os *branded channels*. Desde 1999, foram lançados mais de uma dezena destes canais, de que são exemplo a CNN Türk (Turquia, 1999), CNN Brasil (2020), CNN Prima News (Chéquia, 2020) ou a CNN Portugal (2021). Ao longo dos anos, alguns desses projetos não alcançaram o sucesso desejado e fecharam. Aconteceu, por exemplo, com a CNN Money Switzerland (2018-2020; Reuters, 2020) e a CNN Philippines (2015-2024; Frater, 2024).

Quando os canais obtêm uma licença da CNN passam a poder utilizar o nome, o design e os recursos da CNN, além de receberem formação sobre o modelo e os princípios jornalísticos da marca (Cavaleiro, 2021; CNN, s.d.; Kristen, 2020, como citada em Soldátová, 2021). Os termos dos contratos e licenciamentos diferem e têm especificidades definidas caso a caso. Porém, essencialmente, ao seu dispor fica o departamento/plataforma International Newsource (INS), a agência de notícias da CNN: um banco de imagens, peças jornalísticas, sinais de direto e informações que podem ser utilizadas para a emissão, além de uma ligação a correspondentes espalhados pelo mundo.

A licença não coloca em causa a independência dos canais — os *branded channels* não pertencem à CNN — incluindo ao nível editorial, da programação, das estruturas e da linha gráfica. No entanto, a expansão internacional de grupos de *media*, como o que detém a CNN, preocupa alguns académicos (Castells 2009; Cella, 2011; Pazos, 2019), que temem uma monopolização dos meios e das mensagens a nível global. O autor Jesús González Pazos (2019) cita dados que mostram que apenas seis grandes grupos económicos controlam 96% dos órgãos de comunicação globais. Só nos Estados Unidos da América, seis empresas controlavam, em 2011, 90% dos *media*, quando em 1983, a mesma percentagem era detida por 50 empresas diferentes. E este é um círculo vicioso, uma vez que à medida que algumas empresas são compradas por grupos multinacionais, cada vez mais outras de cariz nacional confiam que só uma aliança garantirá a “própria expansão corporativa” (Castells, 2009, p. 110).

1.3. Critérios de Noticiabilidade e Construção de Alinhamentos Televisivos

A importância dos canais regionais ou locais para os grandes grupos percebe-se pela diversidade cultural das audiências: não há dois jornais iguais e os noticiários têm por base a cultura e os hábitos de consumo do público local. Isto porque os critérios de noticiabilidade (Canavilhas, 2001; Traquina, 2007; Wolf, 2006), o con-

junto de valores-notícia que determinam se um acontecimento é notícia ou não, apesar de aplicáveis ao jornalismo em geral, podem ser mais ou menos valorizados, de acordo com os “óculos particulares” do jornalista que os verifica (Traquina, 2007, p. 186). Ou seja, se é aceitável que os valores-notícia “relevância”, “novidade”, “proximidade”, “notoriedade” e “atualidade” são universais enquanto critérios de seleção, também é verdade que a prioridade dada a cada um pode variar consoante o meio ou a região do globo. Um canal poderá escolher noticiar um acontecimento simplesmente pelo critério da “atualidade”, mesmo que esteja a acontecer do outro lado do mundo. Um incêndio num armazém em Tóquio pode não interessar ao público português, mas as imagens das chamas em direto podem tornar o acontecimento relevante e levar um coordenador de noticiários a interromper a emissão previamente planeada para o mostrar.

A independência garantida pelos grandes grupos de *media* aos canais regionais ou afiliados não é só uma técnica de maior implantação, mas poderá ser uma liberdade fundamentalmente necessária para o sucesso desses canais, porque além da variabilidade e prioridade dada aos critérios de seleção de notícias, a maioria dos alinhamentos dos noticiários são feitos pelos coordenadores na hora, “*on the fly*” (Napolí, 2020, p. 283), tal como Reese Schonfeld imaginou (Schonfeld, 2001). Alguns canais vão optar por dar prioridade ao direto, outros a peças, alguns vão selecionar mais assuntos domésticos, outros terão maior percentagem de acontecimentos internacionais.

Ainda que existam normas e diretrizes a seguir na construção de um noticiário para televisão, dificilmente “dois coordenadores vão concordar com a ordem exata das peças no alinhamento” (White, 2005, p. 439). Um telejornal é o resultado das reuniões editoriais, que determinam os temas, número de peças, reportagens em direto e convidados, tendo em conta o número de minutos disponíveis. Tradicionalmente, os alinhamentos são construídos partindo da notícia (ou de uma das) mais importante do dia, numa lógica de “picos e vales” (White, 2005, p. 439), em que se agrupam conteúdos, de forma que se mantenha o interesse do telespectador. Estes conteúdos são, por norma, organizados “por tema, pelo que não acontece assistirmos a uma notícia sobre economia, intercalada com uma notícia sobre desporto, voltando depois ao mesmo assunto” (Vaz, 2009, p. 39). E existe “também uma hierarquização dos temas a transmitir nos noticiários, para que haja alguma perceção do que é mais interessante para o mundo, aos olhos dos jornalistas” (Sena, 2013, p. 26). Porém, todas estas noções de construção podem ser ignoradas de um minuto para o outro se surgir um imprevisto ou uma notícia de última hora que pode alterar parte ou até fazer “cair” tudo o que estava planeado. Traba-

lhos que levaram horas a preparar podem tornar-se irrelevantes face a novos.

Importa reter que os temas e os formatos dos conteúdos também variam consoante o órgão de comunicação e de acordo com o contexto da sociedade. Por exemplo, vários estudos sobre noticiários em Portugal (Amaral, 2021; Brandão, 2006; Teixeira, 2012) apontaram que as notícias internacionais ocupavam um espaço reduzido nos noticiários. No entanto, após a invasão em larga escala da Ucrânia pela Rússia, em fevereiro de 2022, os canais de notícias portugueses passaram semanas a noticiar (Carvalho, 2024) todas as novidades do terreno, ignorando todos os assuntos domésticos.

2. Objeto de Estudo

Esta investigação foca-se na comparação de dois canais da rede CNN: CNN Portugal e CNN Prima News, por isso, devem fornecer-se alguns dados sobre cada um.

2.1. CNN Prima News

O canal CNN Prima News é operado pelo FTV Prima, um grupo de *media* da República Checa, conhecido por ter sido responsável por criar o primeiro canal de televisão privado do país, em 1992 (Soldátová, 2021). O grupo anunciou a criação de um canal temático em parceria com a CNN em abril de 2019, após obtenção da licença da CNN International Commercial (Soldátová, 2021).

O canal arrancou a 3 de maio de 2020, com uma equipa de cerca de 100 jornalistas. Durante o ano que antecedeu o lançamento, representantes da CNN contribuíram com ideias e know-how para a formação de editores, produtores e jornalistas, que deixariam de se focar num grande noticiário diário, para produzir “quinze grandes noticiários, todos os dias” (Kristen, 2020, como citada em Soldátová, 2021, p. 34).

A programação do canal foi construída num equilíbrio entre noticiários, programas de análise, mas também com programas originais da CNN traduzidos para checo (Soldátová, 2021). A grelha foi revista várias vezes desde a estreia, e alguns dos programas originais foram, entretanto, retirados ou adaptados. O canal começou com um share de 0,35% no primeiro mês (Soldátová, 2021) e tinha no início de 2024 um share de cerca de 1,9% (Asociace Televizních Organizací, 2024; Association of Commercial Television, 2024), sendo o segundo canal de notícias mais visto do país.

Duas das grandes diferenças entre a CNN Prima News e a CNN Internacional, identificadas pela autora Jana Soldátová (2021), dizem respeito ao estilo de apresentação da informação e ao peso dos temas internacionais. A análise da autora ao primeiro ano de emissões revelou que o canal seguia um modelo de noticiários

tradicional, e sem grande flexibilidade para eventos de última hora, ao contrário da CNN Internacional. A autora descreveu um canal que aposta no noticiário principal da noite e que dá pouco destaque aos assuntos internacionais. Concluiu que a CNN Prima News é um canal que assumiu algumas características da marca CNN, mas que é, na prática, um canal da FTV Prima com o nome CNN, ou seja, um canal doméstico sob a chancela CNN e não um canal que cobre eventos no mundo a partir da Chéquia.

2.2. CNN Portugal

A emissão da CNN Portugal começou a 22 de novembro de 2021 (Jordão, 2023; Lusa, 2021), apenas cinco meses depois de assinado o memorando de entendimento entre o grupo português Media Capital e a multinacional Turner Broadcasting System Europe (Cavaleiro, 2021), para o licenciamento da marca. A Media Capital, que detém, entre outros, o canal generalista TVI, anunciou que iria substituir a TVI24, canal de notícias que mantinha no ar desde 2009.

A fase de preparação da CNN Portugal incluiu ações de formação para os colaboradores, incluindo com profissionais da CNN e a construção de um novo estúdio com 600 metros quadrados (Jordão, 2023), um dos maiores da Europa (Cardoso, 2021). A data de lançamento foi divulgada pelo diretor de informação, Nuno Santos, que anunciou a chegada a Portugal “da maior marca mundial de jornalismo”, que seria adaptada para o “público português (...) [e] feita (...) por portugueses” (Lusa, 2021, para. 5).

A descrição feita por Nuno Santos refletiu-se na programação e nos noticiários que foram idealizados para o público doméstico. Porém, logo no pedido de alteração do nome TVI24 para CNN Portugal enviado à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, foi assumida a ambição de criar um canal com mais conteúdos internacionais e que fizesse uso da rede global da CNN (Fernandes, 2022). Assim, além dos noticiários, a emissão inclui, desde o início, programas originais da CNN que são legendados em português e outros que foram adaptados ou rebatizados com nomes portugueses. Os noticiários “versam sobre a atualidade informativa, tendo espaços para o comentário, o debate e a análise de diversos temas” (Jordão, 2023, p. 75) e acompanham o modelo original da CNN, ao evitar a padronização dos jornais (Schonfeld, 2001).

No que diz respeito às audiências, enquanto a TVI24 era o segundo canal de notícias com mais espectadores, a CNN Portugal tornou-se líder no primeiro mês (Carvalho, 2024) e até julho de 2025 mantém-se como canal de informação mais visto (CNN Portugal, 2025).

3. Objetivos e Metodologia

Esta investigação procurou comparar os noticiários de dois canais da rede CNN: CNN Prima News e CNN Portugal. O objetivo foi identificar eventuais diferenças de estilo e de composição dos telejornais, nomeadamente na forma como a informação é apresentada e se os temas predominantes são os mesmos. Fundamentalmente, procurou-se perceber se, pelo carácter local que assumem, são ambos canais igualmente focados em assuntos domésticos ou, por oposição, pendem mais para notícias internacionais, como a CNN Internacional^[1].

Selecionaram-se dois noticiários de cada um dos dois canais, emitidos às 9:00 e às 19:00, e foram analisados durante um período de três semanas, num total de 14 telejornais por canal. Foi utilizado o método da semana construída, uma técnica popular em estudos sobre conteúdos dos *media*, em que se compõe uma amostra que represente todos os dias da semana, a partir de uma seleção aleatória (Luke et al., 2011; Neuendorf, 2017). A técnica é considerada tão eficiente como uma amostra consecutiva durante um período maior e eficaz (Jones & Carter, 1959; Riffe et al., 1993; Stempel III, 1952), tendo em conta a aleatoriedade dos conteúdos noticiosos, que evita conclusões precipitadas que podem resultar da escolha do mesmo dia da semana — já que podem estar associados à emissão de programas (rádio e televisão) ou à publicação de secções temáticas (no caso dos jornais) semanais.

Assim, com recurso às emissões em direto e aos arquivos digitais das duas estações, analisaram-se, na primeira semana, os noticiários de segunda, quarta e sexta-feira, na segunda os de terça e sábado e na terceira os de quinta e domingo. O período escolhido estendeu-se entre 6 e 26 de maio de 2024, ou seja, foram analisados os telejornais emitidos a 6, 8, 10, 14, 18, 23 e 26 de maio.

Os noticiários selecionados, na CNN Prima News, foram o *Právě Dnes* (9:00) e o *Hlavní Zprávy* (19:00) e, na CNN Portugal, o *CNN Novo Dia* (9:00) e o *CNN Fim de Tarde* (19:00), que ao fim de semana mudam de nome para *CNN Sábado* e *CNN Domingo*.

Optou-se por estes jornais devido às diferenças significativas das grelhas dos dois canais: na CNN Prima News os telejornais são mais curtos, alguns com menos de meia hora de emissão e separados por programas em diferido, e na CNN Portugal mais longos, grande parte com cerca de 50 ou mais minutos de emissão por hora. Assim, especificamente, escolheram-se os jornais standard mais longos do período da manhã e do período da tarde da CNN Prima News (ambos telejornais independentes e com, pelo menos, 40 minutos) e a última hora do *CNN Novo Dia* e do *CNN Fim de Tarde* da CNN Portugal, jornais contínuos de quatro e duas horas, respetivamente. Todos os jornais selecionados começaram nos minutos finais da hora anterior, entre as 8:55 e as 9:00 e as 18:55 e as 19:00 e terminaram também antes da hora seguinte começar. Nos

casos excepcionais em que isso não aconteceu, e por uma questão de fidelidade dos resultados, não se analisaram os minutos após uma hora de duração, ou seja, não se analisaram os minutos emitidos para lá das 10:00 ou 20:00.

Para identificar as eventuais diferenças entre estilo e composição de cada noticiário foram contabilizados o número de elementos emitidos em cada, doravante designados por “segmentos”, ou seja, se se trata de uma peça, um vivo, um direto, entre outros, de acordo com a Tabela 1.

Tabela 1 Nome e Definição das Categorias de Segmentos dos Noticiários

| Segmentos | Definição |
|-------------------------|--|
| Peça | Notícia ou reportagem em formato fechado |
| Off | Notícia sem voz-off de um jornalista, em que o texto é lido pelo pivô enquanto o telespectador vê imagens do acontecimento |
| Vivo | Declaração curta de um entrevistado, sem voz-off de jornalista |
| Peça CNN | Notícia ou reportagem em formato fechado, produzida por um outro canal da rede CNN (importada) |
| Explicador | Análise ou aprofundamento de um assunto com recurso a grafismo ou outros elementos visuais, geralmente com o pivô em pé |
| Direto | Reportagem a partir do local do acontecimento |
| Direto CNN | Reportagem a partir do local do acontecimento feita por um jornalista de outro canal da rede CNN |
| Live on tape | Reportagem gravada no local do acontecimento, geralmente não editada, e que simula um direto |
| Live on tape CNN | Reportagem gravada no local do acontecimento, geralmente não editada, e que simula um direto, feita por jornalista outro canal da rede CNN (importada) |
| Promoção | Autopromoção de programas, entrevistas, espaços de comentário ou produtos CNN |
| Entrevista | Entrevista a qualquer convidado sem ligação ao canal |
| Comentário | Opinião de um jornalista do canal ou comentador residente |

Para identificar e comparar os temas predominantes, cada segmento foi categorizado na secção que mais se adequava de acordo com as tradicionais editoriais utilizadas no jornalismo televisivo: “política”; “internacional”; “economia”; “justiça e crime”; “sociedade”; “ciência e tecnologia”; “cultura”; “desporto”^[2].

O objetivo final era verificar, em média, o total e percentagem de cada segmento e de cada tema por jornal, assim como a média de cada em minutos.

4. Hipóteses

Tendo em conta os objetivos e a metodologia, formularam-se quatro hipóteses:

H.1 - Os noticiários da CNN Prima News e da CNN Portugal divergem na forma de apresentar a informação ao telespectador;

H.2 - Os dois canais integram nos noticiários conteúdos importados da rede CNN;

H.3 - O peso/prioridade dada a cada tema é diferente entre os dois canais;

H.4 - Os canais focam-se mais em assuntos domésticos do que nos de cariz internacional.

5. Resultados e Discussão

5.1. Linha Gráfica

A primeira diferença, e mais óbvia, diz respeito à linha gráfica da imagem dos dois canais, como é visível na Figura 1. Não se pretende aprofundar este aspeto nesta investigação, mas é um exemplo muito simples das variações que podem existir nos termos dos acordos e licenciamentos dos canais CNN. A CNN Portugal (Figura 1, à direita) utiliza a linha gráfica da CNN Internacional, enquanto a CNN Prima News (Figura 1, à esquerda) utiliza grafismo próprio. Estas diferenças são visíveis ao nível dos oráculos, do relógio e *ticker*, das cores e posição dos mesmos e dos fundos de ecrã, além do tamanho das janelas.

Figura 1 Linha Gráfica dos Telejornais Analisados



Nota. Incluem-se na figura os programas *Právě Dnes* (esquerda, em cima), *Hlavní Zprávy* (esquerda, em baixo), *CNN Novo Dia* (direita, em cima) e *CNN Fim de Tarde* (direita, em baixo). A reprodução foi autorizada pelos canais CNN Prima News e CNN Portugal.

5.2. Número de Segmentos por Jornal e Minutos Correspondentes

5.2.1. Noticiários das Nove

Como previsto, os noticiários dos dois canais apresentam um tempo de duração muito semelhante, o que permitiu uma comparação equilibrada. Ao analisar os dados totais, numa constatação mais óbvia, observamos as primeiras diferenças: *O CNN Novo Dia* apresenta uma média mais elevada de número dos segmentos “peça”, “off”, “vivo” e “direto” (Tabela 2), além de uma média mais elevada do número total de segmentos do que o noticiário *Právě Dnes* (Tabela 3). Estes dados indicam, em teoria, que o primeiro é um jornal mais variado, com mais notícias e com mais conteúdos por emissão. No entanto, as Tabelas 2 e 3 também revelam que existe maior variedade de segmentos no noticiário do canal checo (ainda que ambos registem o valor zero em vários) e médias mais elevadas nos segmentos “explicador”, “entrevista” e “comentário”. Esta primeira evidência aponta para uma conclusão: o *Právě Dnes* parece ser um jornal que dedica mais tempo à análise dos temas do dia, ao contrário do *CNN Novo Dia* que parece ser um jornal focado em noticiar a atualidade.

Tabela 2 Número Médio de Segmentos e Correspondente Percentagem nos Noticiários CNN Novo Dia

| | Nº | % |
|-------------------------|------|--------|
| Peça | 3,6 | 12,3% |
| Off | 12,4 | 42,9% |
| Vivo | 6,1 | 21,2% |
| Peça CNN | 0,0 | 0,0% |
| Explicador | 0,0 | 0,0% |
| Direto | 5,0 | 17,2% |
| Direto CNN | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape CNN | 0,1 | 0,5% |
| Promoção | 0,1 | 0,5% |
| Entrevista | 0,4 | 1,5% |
| Comentário | 1,1 | 3,9% |
| Total | 29,0 | 100,0% |

Tabela 3 Número Médio de Segmentos e Correspondente Percentagem nos Noticiários Právě Dnes

| | Nº | % |
|-------------|-----|-------|
| Peça | 2,0 | 10,8% |
| Off | 3,1 | 16,9% |

| | | |
|-------------------------|------|--------|
| Vivo | 3,4 | 18,5% |
| Peça CNN | 0,0 | 0,0% |
| Explicador | 2,9 | 15,4% |
| Direto | 0,7 | 3,8% |
| Direto CNN | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape | 0,9 | 4,6% |
| Live on tape CNN | 0,0 | 0,0% |
| Promoção | 1,0 | 5,4% |
| Entrevista | 2,4 | 13,1% |
| Comentário | 2,1 | 11,5% |
| Total | 18,6 | 100,0% |

Ao somar as percentagens médias dos segmentos “peça”, “off”, “vivo”, “direto” e “live on tape CNN” do *CNN Novo Dia* (Tabela 2), percebemos que totalizam 27,2 dos 29 segmentos por jornal, o que corresponde a 94,1%. Se olharmos para a tabela do tempo (Tabela 4), verificamos que os mesmos segmentos correspondem a mais de 34 dos cerca de 42 minutos da duração média do jornal, ou seja, 81,7%. Por sua vez, ao somarmos os segmentos “peça”, “off”, “vivo”, “direto” e “live on tape” do jornal *Právě Dnes* (Tabela 3) verificamos que representam uma média de 10,1 dos 18,6 segmentos totais, o que corresponde a 54,6%, quase 40% menos do que o *CNN Novo Dia*. No que diz respeito ao tempo dedicado por jornal (Tabela 5), representam aproximadamente 13 dos cerca de 41 minutos, ou seja, 30,4%. No entanto, regista-se o fenómeno inverso quando somamos os segmentos “explicador”, “entrevista” e “comentário”. No noticiário *Právě Dnes*, totalizam 40% dos segmentos, 7,4 dos 18,6 (Tabela 3), 23 minutos dos 41 de duração do jornal (Tabela 5), ou seja, 56,2% do tempo. Já no *CNN Novo Dia*, os mesmos três segmentos, representam apenas uma média de 5,4%, 1,5 dos 29 (Tabela 2), e cerca de sete minutos dos 42 de duração do noticiário (Tabela 4), ou seja, 17,7%, sendo que não se registou nenhum “explicador” nos sete jornais analisados. Em suma, os dados sugerem que o *CNN Novo Dia* é um noticiário mais focado em dar notícias e em seguir a atualidade, ao passo que o *Právě Dnes* parece dedicar-se à análise, reações e comentário a alguns dos assuntos que marcam o dia.

Tabela 4 Número Médio de Minutos Dedicados a Cada Segmento e Correspondente Percentagem nos Noticiários CNN Novo Dia

| | Minutos | % |
|-------------|----------|-------|
| Peça | 00:07:25 | 17,7% |

| | | |
|-------------------------|----------|--------|
| Off | 00:07:55 | 18,8% |
| Vivo | 00:05:54 | 14,0% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% |
| Explicador | 00:00:00 | 0,0% |
| Direto | 00:12:59 | 30,9% |
| Direto CNN | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape CNN | 00:00:18 | 0,7% |
| Promoção | 00:00:03 | 0,1% |
| Entrevista | 00:02:07 | 5,0% |
| Comentário | 00:05:20 | 12,7% |
| Total | 00:41:59 | 100,0% |

Tabela 5 Número Médio de Minutos Dedicados a Cada Segmento e Correspondente Percentagem nos Noticiários Právě Dnes

| | Minutos | % |
|-------------------------|----------------|----------|
| Peça | 00:03:47 | 9,1% |
| Off | 00:01:18 | 3,2% |
| Vivo | 00:04:27 | 10,8% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% |
| Explicador | 00:04:57 | 12,0% |
| Direto | 00:01:26 | 3,5% |
| Direto CNN | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape | 00:01:34 | 3,8% |
| Live on tape CNN | 00:00:00 | 0,0% |
| Promoção | 00:00:39 | 1,6% |
| Entrevista | 00:07:38 | 18,5% |
| Comentário | 00:15:34 | 37,7% |
| Total | 00:41:20 | 100,0% |

Vale a pena, ainda, destacar um último dado: as notícias e conteúdos importados da rede CNN. No caso do *Právě Dnes*, não se registou qualquer “peça CNN”, “live on tape CNN” ou “direto CNN” (Tabelas 3 e 5), o que sugere que não será um jornal que faça uso habitual deste tipo de segmento. No caso do *CNN Novo Dia* (Tabelas 2 e 4), registou-se uma média de 0,5% de “live on tape CNN”, que corresponde a 0,1 dos 29 segmentos, e uma média de 18 segundos por jornal, ou seja, 0,7% do tempo. Porém, considerando que o valor é

demasiado baixo para assumir que o noticiário faz uso recorrente da rede CNN, parece existir apenas maior probabilidade, muito ligeira, de se encontrarem conteúdos importados no *CNN Novo Dia* do que no *Právě Dnes*.

5.2.2. Noticiários das 19

Os dados dos jornais das 19:00 apontam no sentido inverso dos noticiários das 9:00. Em primeiro lugar, o jornal *CNN Fim de Tarde* (Tabela 6) apresenta maior variedade de segmentos (apenas dois registaram zero). Depois, ainda que mantenha uma média mais elevada de “off”, “vivo”, “peça CNN”, “direto”, “live on tape” e “live on tape CNN”, em comparação com o jornal da CNN Prima News (Tabela 7), tem menos segmentos do que o *CNN Novo Dia* (Tabela 2) e, quando se olha para o tempo de jornal (Tabelas 4 e 8), percebe-se que não segue a mesma linha do noticiário da manhã da CNN Portugal.

Tabela 6 Número Médio de Segmentos e Correspondente Percentagem nos Noticiários CNN Fim de Tarde

| | Nº | % |
|-------------------------|-----------|----------|
| Peça | 1,3 | 7,4% |
| Off | 6,3 | 36,1% |
| Vivo | 3,4 | 19,7% |
| Peça CNN | 0,7 | 4,1% |
| Explicador | 0,0 | 0,0% |
| Direto | 2,0 | 11,5% |
| Direto CNN | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape | 0,1 | 0,8% |
| Live on tape CNN | 0,1 | 0,8% |
| Promoção | 0,1 | 0,8% |
| Entrevista | 0,3 | 1,6% |
| Comentário | 3,0 | 17,2% |
| Total | 17,4 | 100,0% |

Tabela 7 Número Médio de Segmentos e Correspondente Percentagem nos Noticiários Hlavní Zprávy

| | Nº | % |
|-----------------|-----------|----------|
| Peça | 15,7 | 56,7% |
| Off | 5,0 | 18,0% |
| Vivo | 0,9 | 3,1% |
| Peça CNN | 0,0 | 0,0% |

| | | |
|-------------------------|------|--------|
| Explicador | 0,3 | 1,0% |
| Direto | 1,7 | 6,2% |
| Direto CNN | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape CNN | 0,0 | 0,0% |
| Promoção | 3,9 | 13,9% |
| Entrevista | 0,1 | 0,5% |
| Comentário | 0,1 | 0,5% |
| Total | 27,7 | 100,0% |

Tabela 8 Número Médio de Minutos Dedicados a Cada Segmento e Correspondente Percentagem nos Noticiários CNN Fim de Tarde

| | Minutos | % |
|-------------------------|----------------|----------|
| Peça | 00:02:28 | 4,4% |
| Off | 00:03:23 | 6,0% |
| Vivo | 00:03:15 | 5,8% |
| Peça CNN | 00:03:18 | 5,9% |
| Explicador | 00:00:00 | 0,0% |
| Direto | 00:05:55 | 10,5% |
| Direto CNN | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape | 00:00:17 | 0,5% |
| Live on tape CNN | 00:00:16 | 0,5% |
| Promoção | 00:00:02 | 0,1% |
| Entrevista | 00:01:54 | 3,4% |
| Comentário | 00:35:26 | 63,0% |
| Total | 00:56:15 | 100,0% |

Tabela 9 Número Médio de Minutos Dedicados a Cada Segmento e Correspondente Percentagem nos Noticiários Hlavní Zprávy

| | Minutos | % |
|---------------------|----------------|----------|
| Peça | 00:32:26 | 77,8% |
| Off | 00:02:05 | 5,0% |
| Vivo | 00:00:48 | 1,9% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% |
| Explicador | 00:00:13 | 0,5% |
| Direto | 00:03:33 | 8,5% |
| Direto CNN | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape | 00:00:00 | 0,0% |

| | | |
|-------------------------|----------|--------|
| Live on tape CNN | 00:00:00 | 0,0% |
| Promoção | 00:01:47 | 4,3% |
| Entrevista | 00:00:22 | 0,9% |
| Comentário | 00:00:27 | 1,1% |
| Total | 00:41:42 | 100,0% |

Apesar de os segmentos “peça”, “off”, “vivo”, “peça CNN”, “direto”, “live on tape” e “live on tape CNN” representarem 80,4% dos segmentos (Tabela 6), 13,9 dos 17,4, estes ocupam apenas cerca de 19 minutos dos 56 de média de duração (Tabela 8), ou seja, 33,6% do jornal. Desta vez, os segmentos “entrevista” e “comentário” (não se encontrou o segmento “explicador”) representam 66,4% do tempo, ou seja, 37 minutos dos 56, apesar de corresponderem apenas a uma média de 3,3 segmentos por jornal, ou seja, 18,8%, sendo que o “comentário” ocupa a esmagadora fatia das somas: 17,2 dos mesmos 18,8% dos segmentos e 63 dos 66,4% do tempo de jornal. A leitura dos dados sugere, assim, que é um noticiário que dá mais espaço à análise e ao comentário dos assuntos do dia, semelhante ao jornal das 9:00 da CNN Prima News (Tabelas 3 e 5) e um oposto do jornal das 19:00 do canal checo (*Hlavní Zprávy*), como se vai demonstrar.

A tabela de dados do *Hlavní Zprávy* (Tabela 7) indicia que este é um jornal mais tradicional, de resumo do dia, com um número elevado de peças pré-preparadas, quando comparadas com o número de “vivos” e “diretos” (apesar deste último apresentar uma média semelhante ao *CNN Fim de Tarde*). O segmento “peça” representa em média mais de metade do total de segmentos (56,7%) e, ao contrário do que se verificou com o *CNN Fim de Tarde* (Tabela 6), neste caso corresponde, efetivamente, a uma maior percentagem do tempo de jornal (Tabela 9), 32 minutos em média de 42, ou seja, 77,8% da duração média do noticiário. Os segmentos “explicador”, “entrevista” e “comentário” representam apenas 2% dos segmentos, 0,5 em média de 27,7, ou 1 minuto, em média, dos 42 de duração, não mais do que 2,5% do tempo de jornal.

No que diz respeito aos conteúdos importados a partir da rede CNN, verificou-se uma completa ausência de peças, gravações ou diretos (Tabelas 7 e 9) emitidos nos jornais *Hlavní Zprávy*, da CNN Prima News, à semelhança do que aconteceu com os noticiários analisados do programa *Právě Dnes* (Tabelas 3 e 5). Não parece ser habitual o uso de conteúdos produzidos por outras CNN, tendo em conta a amostra, o que não significa que nunca aconteça.

Por sua vez, os dados do *CNN Fim de Tarde* (Tabelas 6 e 8) revelaram um aumento deste tipo de segmentos em relação ao *CNN Novo Dia* (Tabelas 2 e 4). Apesar de também não se ter encontrado qualquer “direto CNN”, voltou a registar-se o segmento “live on tape

CNN" (ainda que sensivelmente com os mesmos valores baixos do *CNN Novo Dia*) e encontraram-se dados significativos sobre o segmento "peça CNN". Apesar de corresponder apenas a 0,7 da média de 17,4 dos segmentos por jornal, corresponde a 4,1%, acima da "entrevista", por exemplo, o que corresponde a três minutos e 18 segundos da média de 56 minutos da duração do jornal, ou seja, 5,9%. Estes dados são superiores aos registados no segmento "peça" e "vivo" e pouco abaixo dos do segmento "off", no que toca (apenas) ao tempo.

Uma última nota sobre o segmento "promoção", referente à autopromoção de programas, entrevistas, espaços de comentário ou produtos CNN do próprio canal (designado por "promoção" em todas as tabelas). Considera-se pertinente referir, ainda, que os dados apontam para um uso mais frequente deste género de segmento pela CNN Prima News (Tabelas 3, 5, 7 e 9), que promove mais os próprios programas do dia, ou dias seguintes, dentro dos noticiários, quando comparada com a CNN Portugal (Tabelas 2, 4, 6 e 8).

5.3. Peso dos Temas em Cada Noticiário

Por uma questão de simplificação dos resultados, optou-se por determinar o peso de cada tema nos noticiários tendo por base a média de tempo (minutos) que cada um ocupa. Esta escolha explica-se pelo facto de um tema poder ter maior número de segmentos, mas de menor relevância, e parecer mais importante que outro, quando, na verdade, a unidade de medida de um editor ou coordenador é o tempo. Por exemplo, ao tema "internacional" podem corresponder cinco segmentos "off" por jornal, mas não significa que seja mais relevante para o noticiário, se o total desses segmentos totalizar dois minutos, enquanto dois segmentos "peça" do tema "sociedade" totalizam quatro minutos. A soma das médias resultou em sequências diferentes, expostas abaixo com o número arredondado de minutos:

- *CNN Novo Dia* (Tabela A1): sociedade 10; política 9; internacional 7; desporto 7; justiça e crime 5; economia 4; cultura 1; ciência e tecnologia 0.
- *Právě Dnes* (Tabela A2): política 14; sociedade 10; internacional 9; economia 4; desporto 3; cultura 1; justiça e crime 1; ciência e tecnologia 0.
- *CNN Fim de Tarde* (Tabela A3): política 18; internacional 17; economia 14; desporto 3; justiça e crime 2; cultura 1; sociedade 1; ciência e tecnologia 1.
- *Hlavní Zprávy* (Tabela A4): sociedade 11; internacional 10; economia 5; política 5; justiça e crime 4; desporto 3; cultura 2; ciência e tecnologia 1.

Apesar da preferência dada à soma da média de minutos por tema, os resultados da média de segmentos e respetivas percentagens também foram calculados (Tabelas A5, A6, A7 e A8). Ainda que a ordem de alguns temas pudesse ficar ligeiramente diferente, não se verificaria uma alteração significativa na importância de cada um nos respetivos jornais. Por exemplo, no caso do *CNN Novo Dia* (Tabela A1), o tema que surge com uma média de minutos por jornal mais elevada é "sociedade", com perto de 10 minutos por noticiário em cerca de 42 de duração média. 11,3% destes 10 minutos correspondem ao segmento "peça", 21,2% correspondem ao segmento "off", 7,8% ao "vivo", 41% ao "direto" e 67,9% ao "comentário" (Tabela A1). Já se verificarmos a média de segmentos (Tabela A5), ao mesmo tema (sociedade) correspondem 12% dos segmentos "peça", 20,7% dos segmentos "off", 7% dos "vivo", 34,3% dos "direto" e 66,7% dos "comentário", ou seja, e reafirma-se, não se verificariam alterações significativas. Um outro exemplo no mesmo jornal (Tabela A1): o tema "política", surge em segundo lugar com uma média de mais de oito minutos por jornal. 41% deste tempo corresponde ao segmento "peça", 11,8% ao segmento "off", 39,9% ao "vivo", 5,9% ao "direto" e 26% ao "comentário". Se verificarmos a média de segmentos (Tabela A5), ao mesmo tema (política) correspondem 36% dos segmentos "peça", 11,5% dos segmentos "off", 37,2% dos "vivo", 5,7% dos "direto" e 12,5% dos "comentário", novamente sem diferenças significativas ao nível da importância do tema para o jornal. Nenhuma das listas partilha a mesma ordem. Os dados apontam para tendências diferentes entre cada jornal ao nível da relevância dada a cada um, o que de alguma forma não foi uma surpresa. No entanto, é possível observar que nos quatro noticiários há dois temas que surgem sempre em primeiro, "sociedade" e "política", e quatro temas que surgem recorrentemente entre os que têm maior média de minutos por jornal: "sociedade", "política", "internacional" e "economia". Os dois jornais do período da manhã (9:00), da CNN Portugal e da CNN Prima News, atribuem maior relevância aos temas "sociedade", "política" e "internacional", o primeiro por esta ordem e o segundo colocando a "política" em primeiro lugar em vez da "sociedade". Quanto aos dois jornais do período da tarde (19:00), o noticiário da CNN Portugal atribui maior importância aos temas "política", "internacional" e "economia", enquanto o jornal da CNN Prima News deu prioridade aos temas "sociedade", "internacional" e "economia".

Independentemente do canal ou do noticiário, o tema com maior relevância, tendo em conta a média de tempo (minutos) por jornal, é sempre de cariz doméstico: "sociedade" ou "política". Já os assuntos internacionais surgem em segundo lugar nos jornais da tarde e em terceiro nos jornais da manhã. É interessante observar que o "internacional" surge com maior destaque compa-

rativamente a temas como a “economia” ou o “desporto”, em todos os noticiários. Além disso, no caso dos jornais do canal checo, o “internacional” não só registou sempre o dobro (ou mais) do tempo do que estes temas, como a média de minutos é muito próxima do tema “sociedade”.

6. Conclusões

As diferenças identificadas entre os noticiários dos canais CNN Prima News e CNN Portugal revelam que, apesar de partilharem o nome da mesma marca norte-americana, não seguem uma linha comum.

Confirmou-se a primeira hipótese (H.1). Os noticiários da CNN Prima News e da CNN Portugal divergem na forma de apresentar a informação ao telespectador, na medida em que apresentam médias diferentes do número e tipo de segmentos utilizados para dar notícias. Nos noticiários analisados do período da manhã (9:00), a CNN Prima News dedica mais tempo à análise dos temas que marcam (ou vão marcar) o dia, enquanto a CNN Portugal procura dar mais notícias e estar em direto dos locais dos acontecimentos. Uma das grandes diferenças que saltam à vista é o uso do segmento “explicador”, que não se encontrou no *CNN Novo Dia* (Tabelas 2 e 4), mas ocupa uma média de quase cinco minutos por jornal no caso do *Právě Dnes* (Tabela 5). No caso dos noticiários analisados do período do final da tarde (19:00), a CNN Prima News prefere apresentar um jornal de estilo mais clássico, com uma esmagadora maioria do tempo ocupado com peças pré-preparadas (Tabelas 7 e 9), enquanto a CNN Portugal opta por fazer desta hora um momento de análise e comentário aos temas do dia (Tabelas 6 e 8). Estas diferenças podem estar ligadas à realidade cultural dos dois países, sendo o jornal das 19:00 da CNN Prima News um noticiário da hora do jantar, semelhante aos apresentados às 20:00 pelos canais generalistas portugueses.

A segunda hipótese (H.2), por sua vez, não se confirmou. Não foi detetada qualquer peça, direto ou falso direto (*live on tape*) importado da rede CNN nos dois noticiários da CNN Prima News (Tabelas 3, 5, 7 e 9). Não significa que tal não aconteça noutros jornais ou noutros dias que não os incluídos na amostra (porque foram identificadas peças da CNN dobradas, excertos e imagens em jornais fora da amostra), mas não parece ser um *modus operandi* habitual do canal. A CNN Portugal, pelo contrário, utiliza peças e falsos diretos importados da CNN, CNN Internacional e CNN Brasil,

de forma mais recorrente (Tabelas 2, 4, 6 e 8), especialmente no noticiário *CNN Fim de Tarde*. Não se identificou, no entanto, em nenhum dos noticiários dos dois canais, qualquer “direto CNN”, ou seja, reportagem a partir do local de um acontecimento protagonizado por um jornalista de outra estação da rede CNN. Uma vez mais, não significa que nunca aconteça, mas não se encontrou nesta amostra.

As terceira e quarta hipóteses confirmaram-se e podem ser analisadas em conjunto. O peso/prioridade dada a cada tema/editoria é diferente entre os dois canais (H.3) e, até, entre noticiários da mesma estação, como se demonstrou pelas listas ordenadas apresentadas nos resultados. Se no *CNN Novo Dia* o tema com mais minutos é “sociedade”, no *CNN Fim de Tarde*, é a “política” que domina, tal como no *Právě Dnes* é a “política” que tem maior média de minutos e no *Hlavní Zprávy* é a “sociedade” que ocupa mais espaço. No entanto, existem quatro temas dominantes nos quatro jornais: “sociedade”, “política”, “internacional” e “economia”, independentemente da ordem em que surgem, o que sugere uma linha editorial concentrada em *hard news*, compatível com o modelo tradicional CNN. E se se confirmou que os assuntos domésticos são prioritários (H.4), também é preciso salvaguardar que os conteúdos de cariz internacional ocupam grande parte dos noticiários, surgindo sempre em segundo ou terceiro lugar das listas de temas, ordenadas por minutos. Conclui-se que, apesar de serem canais que valorizam mais os assuntos internos, dedicam grande parte do tempo dos jornais a dar notícias ou a analisar eventos que marcam a atualidade no estrangeiro.

No que diz respeito às limitações do estudo, embora a investigação tenha confirmado a existência de algumas diferenças entre os canais português e checo da rede CNN, admite-se que seriam necessárias uma amostra maior e a inclusão de dados de entrevistas e observação para que se identificassem outras que os possam distanciar ou, pelo contrário, semelhanças que os aproximem, além do uso das siglas CNN.

Agradecimentos

O autor é financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), através de uma bolsa de doutoramento.

O autor agradece a colaboração da CNN Portugal e da CNN Prima News, nomeadamente o acesso ao arquivo de telejornais e a autorização da reprodução de imagens de ambos os canais.

Referências

- Amaral, M. O. (2021). *O peso do noticiário internacional nos jornais televisivos da RTP1 e a importância da rede de correspondentes* [Relatório de estágio, Escola Superior de Comunicação Social]. Repositório científico do IPL. <http://hdl.handle.net/10400.21/14015>
- Asociace Televizních Organizací. (2024). *Výsledky sledovanosti – Rok – Share*. <https://www.ato.cz/vysledky/rok-share/>
- Association of Commercial Television. (2024, 26 de março). *CNN Prima News; New graphics reflect changes in news*. <https://www.aktv.cz/en/cnn-prima-news-new-graphics-reflect-changes-in-news/>
- Brandão, N. G. (2006). *Prime Time: Do que falam as notícias dos telejornais*. Casa das Letras.
- Canavilhas, J. (2001). *Televisão: O domínio da informação-espectáculo*. Universidade da Beira Interior.
- Cardoso, J. A. (2021, 12 de novembro). CNN Portugal: “A informação televisiva está muito parecida e muito mimetizada”. *Público*. <https://www.publico.pt/2021/11/12/sociedade/noticia/cnn-portugal-informacao-televisiva-parecida-mimetizada-1984243>
- Carvalho, E. S. (2024). Las audiencias de la guerra y la guerra de las audiencias. In J. S. Sánchez & D. L. Muñoz (Eds.), *Conexiones digitales: La revolución de la comunicación en la sociedad contemporánea* (pp. 397-413). McGraw Hill. <http://hdl.handle.net/10400.6/14438>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Cavaleiro, D. (2021, 24 de maio). Proprietária da TVI assina acordo para lançar CNN Portugal. *Expresso*. <https://expresso.pt/economia/2021-05-24-Proprietaria-da-TVI-assina-acordo-para-lancar-CNN-Portugal-d6684435>
- Cela, J. R. (2011). Globalización de los medios de comunicación de masas. In J. R. Ortega & C. A. R. Velásquez (Eds.), *7º Seminario hispano mexicano de investigación en bibliotecología y documentación* (pp. 561-572). UNAM. <https://repositorio.unam.mx/contenidos/5002104>
- CNN. (s.d.). *CNN worldwide fact sheet*. <https://cnnpressroom.blogs.cnn.com/cnn-fact-sheet/>
- CNN Portugal. (2025, 1 de julho). *CNN Portugal com o melhor mês do ano em audiências*. CNN Portugal. <https://cnnportugal.iol.pt/audiencias/televisao/cnn-portugal-com-o-melhor-mes-do-ano-em-audiencias/20250701/68640e1fd34ef72ee447d11a>
- Frater, P. (2024, 28 de janeiro). CNN Philippines to close down, with 300 job losses. *Variety*. <https://variety.com/2024/tv/news/cnn-philippines-close-down-1235890177/>
- Fernandes, C. (2022). *Dois canais, uma redação: Estudo de caso sobre a chegada da CNN Portugal às instalações da TVI* [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. Repositório digital da UBI. <http://hdl.handle.net/10400.6/13133>
- Gilboa, E. (2005). Global television news and foreign policy: Debating the CNN effect. *International Studies Perspectives*, 6(3), 325–341. <http://www.jstor.org/stable/44218417>
- Holm, H.-H. (2000). [Recensão do livro *News in the global sphere: A study of CNN and its impact on global communication* de I. Volkmer]. *Journalism*, 1(1), 114–120. <https://doi.org/10.1177/146488490000100115>
- Jones, R. L., & Carter, R. E., Jr. (1959). Some procedures for estimating ‘news hole’ in content analysis. *Public Opinion Quarterly*, 23, 399–403. <http://www.jstor.org/stable/2746391>
- Jordão, B. R. (2023). *A construção e revisão dos oráculos nos canais noticiosos RTP3 e CNN Portugal* [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. Repositório digital da UBI. <http://hdl.handle.net/10400.6/14076>
- Luke, D. A., Caburnay, C. A., & Cohen, E. L. (2011). How much is enough? New recommendations for using constructed week sampling in newspaper content analysis of health stories. *Communication Methods and Measures*, 5(1), 76–91. <https://doi.org/10.1080/19312458.2010.547823>
- Lusa. (2021, 8 de outubro). CNN Portugal arranca em (sic) 22 de novembro. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/media/cnn-portugal-arranca-em-22-de-novembro-14199678.html/>
- Napoli, L. (2020). *Up all night: Ted Turner, CNN and the birth of 24-hour news*. Abrams Press.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook*. SAGE.
- O’Connor, M. (2010). *Ted Turner: A biography*. Greenwood Press.
- Pazos, J. G. (2019). *Medios de comunicación: ¿Al servicio de quién?* CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1gm030s>
- Pike, S. (2005). *We changed the world: Memoirs of a CNN satellite pioneer*. Paragon House.
- Reuters. (2020, 17 de agosto). *Business media firm CNN money Switzerland files for bankruptcy*. <https://www.reuters.com/article/markets/europe/business-media-firm-cnn-money-switzerland-files-for-bankruptcy-idUSL8N2FJ4EL>
- Riffe, D., Aust, C. F., & Lacy, S. R. (1993). The effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in newspaper

content analysis. *Journalism Quarterly*, 70(1), 133–139. <https://doi.org/10.1177/107769909307000115>

Schonfeld, R. (2001). *Me and Ted against the world: The unauthorized story of the founding of CNN*. Cliff Street.

Sena, A. R. (2013). *Modos e mecanismos de credibilidade no jornalismo televisivo. O caso da SIC* [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. Repositório digital da UBI. <http://hdl.handle.net/10400.6/1579>

Soldátová, J. (2021). *Hybridizace konceptu TV stanice na příkladu CNN Prima News*. [Dissertação de mestrado, Univerzita Karlova]. Repositório digital UK. <http://hdl.handle.net/20.500.11956/127507>

Stempel, G. H. III. (1952). Sample size for classifying subject matter in dailies. *Journalism Quarterly*, 29, 333–334. <https://doi.org/10.1177/107769905202900312>

Teixeira, D. (2012). *O jornalismo internacional na televisão portuguesa: O caso do "Jornal da Noite" da SIC* [Dissertação de mestrado não publicada]. Universidade da Beira Interior.

Traquina, N. (2007). *Jornalismo*. Quimera.

Turner, T., & Burke, B. (2008). *Call me Ted*. Grand Central Publishing.

Vaz, D. (2009). *A informação televisiva: Análise dos noticiários das televisões generalistas em Portugal* [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. Repositório digital da UBI. <http://hdl.handle.net/10400.6/1255>

Volkmer, I. (1999). *News in the global sphere: A study of CNN and its impact on global communication*. University of Luton Press.

White, T. (2005). *Broadcast news writing, reporting, and producing*. Focal Press.

Whittemore, H. (1990). *CNN: The inside story*. Little, Brown & Company.

Wolf, M. (2006). *Teorias da comunicação*. Editorial Presença.

Apêndices

Tabelas Completas

Tabela A1 Média de Minutos de Cada Segmento por Noticiário e Média de Minutos de Cada Segmento por Tema do CNN Novo Dia

| Total | Política | | Internacional | | Economia | | Justiça e crime | | Sociedade | | Ciência e tecnologia | | Cultura | | Desporto | |
|------------------|----------|-------|---------------|-------|----------|-------|-----------------|-------|-----------|------|----------------------|-------|----------|------|----------|-------|
| | Minutos | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % |
| Peça | 00:02:47 | 9,3% | 00:00:17 | 7,8% | 00:00:13 | 5,7% | 00:00:18 | 7,2% | 00:00:20 | 8,7% | 00:00:47 | 20,7% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:20 | 14,0% |
| Off | 00:04:27 | 10,4% | 00:00:08 | 3,6% | 00:00:04 | 1,7% | 00:00:07 | 3,0% | 00:00:12 | 5,2% | 00:00:05 | 2,2% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:04 | 2,9% |
| Vivo | 00:04:27 | 10,4% | 00:02:57 | 12,8% | 00:00:53 | 23,8% | 00:00:25 | 10,4% | 00:00:05 | 2,2% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:08 | 5,7% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Explicador | 00:04:57 | 12,0% | 00:00:14 | 4,6% | 00:01:17 | 5,2% | 00:00:21 | 7,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:02:54 | 12,8% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Direto | 00:01:26 | 3,3% | 00:00:41 | 17,8% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:48 | 21,4% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape | 00:01:24 | 3,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:48 | 19,9% | 00:00:18 | 7,8% | 00:00:19 | 8,3% | 00:00:12 | 5,2% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Promoção | 00:00:39 | 1,6% | 00:00:24 | 10,4% | 00:00:02 | 0,9% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Entrevista | 00:07:58 | 18,5% | 00:01:08 | 4,4% | 00:00:58 | 24,5% | 00:00:24 | 10,4% | 00:00:00 | 0,0% | 00:04:43 | 20,7% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:26 | 19,0% |
| Comentário | 00:15:34 | 37,7% | 00:05:14 | 22,8% | 00:04:54 | 20,4% | 00:02:07 | 9,1% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:40 | 29,3% |

Nota. Média de minutos por jornal: 00:41:59

Tabela A2 Média de Minutos de Cada Segmento por Noticiário e Média de Minutos de Cada Segmento por Tema do Právè Dnes

| Total | Política | | Internacional | | Economia | | Justiça e crime | | Sociedade | | Ciência e tecnologia | | Cultura | | Desporto | |
|------------------|----------|-------|---------------|-------|----------|-------|-----------------|-------|-----------|------|----------------------|-------|----------|------|----------|-------|
| | Minutos | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % |
| Peça | 00:02:47 | 9,3% | 00:00:17 | 7,8% | 00:00:13 | 5,7% | 00:00:18 | 7,2% | 00:00:20 | 8,7% | 00:00:47 | 20,7% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:20 | 14,0% |
| Off | 00:04:27 | 10,4% | 00:00:08 | 3,6% | 00:00:04 | 1,7% | 00:00:07 | 3,0% | 00:00:12 | 5,2% | 00:00:05 | 2,2% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:04 | 2,9% |
| Vivo | 00:04:27 | 10,4% | 00:02:57 | 12,8% | 00:00:53 | 23,8% | 00:00:25 | 10,4% | 00:00:05 | 2,2% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:08 | 5,7% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Explicador | 00:04:57 | 12,0% | 00:00:14 | 4,6% | 00:01:17 | 5,2% | 00:00:21 | 7,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:02:54 | 12,8% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Direto | 00:01:26 | 3,3% | 00:00:41 | 17,8% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:48 | 21,4% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape | 00:01:24 | 3,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:48 | 19,9% | 00:00:18 | 7,8% | 00:00:19 | 8,3% | 00:00:12 | 5,2% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Promoção | 00:00:39 | 1,6% | 00:00:24 | 10,4% | 00:00:02 | 0,9% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Entrevista | 00:07:58 | 18,5% | 00:01:08 | 4,4% | 00:00:58 | 24,5% | 00:00:24 | 10,4% | 00:00:00 | 0,0% | 00:04:43 | 20,7% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:26 | 19,0% |
| Comentário | 00:15:34 | 37,7% | 00:05:14 | 22,8% | 00:04:54 | 20,4% | 00:02:07 | 9,1% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:40 | 29,3% |

Nota. Média de minutos por jornal: 00:41:20

Tabela A3 Média de Minutos de Cada Segmento por Noticiário e Média de Minutos de Cada Segmento por Tema do CNN Fim de Tarde

| Total | Política | | Internacional | | Economia | | Justiça e crime | | Sociedade | | Ciência e tecnologia | | Cultura | | Desporto | |
|------------------|----------|-------|---------------|-------|----------|-------|-----------------|-------|-----------|------|----------------------|------|----------|------|----------|------|
| | Minutos | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % |
| Peça | 00:02:28 | 4,4% | 00:00:14 | 2,8% | 00:00:39 | 7,6% | 00:00:10 | 2,0% | 00:00:21 | 4,1% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:17 | 3,3% | 00:00:19 | 3,7% |
| Off | 00:03:23 | 6,0% | 00:00:39 | 7,6% | 00:01:46 | 36,0% | 00:00:21 | 4,1% | 00:00:14 | 2,7% | 00:00:02 | 0,4% | 00:00:02 | 0,4% | 00:00:00 | 0,0% |
| Vivo | 00:03:15 | 5,8% | 00:00:53 | 10,4% | 00:01:18 | 23,8% | 00:00:20 | 4,1% | 00:00:28 | 5,5% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Explicador | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Direto | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape | 00:00:17 | 0,3% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:17 | 3,3% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape CNN | 00:00:16 | 0,3% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Promoção | 00:00:02 | 0,1% | 00:00:02 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Entrevista | 00:01:54 | 3,4% | 00:00:00 | 0,0% | 00:01:26 | 25,4% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:28 | 5,5% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Comentário | 00:35:26 | 63,0% | 00:12:56 | 26,5% | 00:08:42 | 17,1% | 00:11:51 | 23,4% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |

Nota. Média de minutos por jornal: 00:56:15

Tabela A4 Média de Minutos de Cada Segmento por Noticiário e Média de Minutos de Cada Segmento por Tema Hlavní Zprávy

| Total | Política | | Internacional | | Economia | | Justiça e crime | | Sociedade | | Ciência e tecnologia | | Cultura | | Desporto | |
|------------------|----------|------|---------------|--------|----------|-------|-----------------|-------|-----------|-------|----------------------|------|----------|------|----------|------|
| | Minutos | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % | Min | % |
| Peça | 00:02:26 | 7,7% | 00:00:22 | 10,4% | 00:07:21 | 29,7% | 00:04:39 | 17,3% | 00:04:06 | 15,6% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:54 | 2,8% | 00:01:40 | 6,8% |
| Off | 00:00:26 | 0,8% | 00:00:39 | 14,8% | 00:01:28 | 5,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:17 | 0,6% | 00:00:02 | 0,1% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Vivo | 00:00:48 | 1,9% | 00:00:14 | 5,3% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:20 | 0,8% | 00:00:28 | 1,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:06 | 0,3% | 00:00:13 | 0,5% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Explicador | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Direto | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Peça CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Live on tape CNN | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Promoção | 00:00:02 | 0,1% | 00:00:02 | 100,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |
| Entrevista | 00:01:54 | 3,4% | 00:00:00 | 0,0% | 00:01:26 | 25,4% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:28 | 5,5% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% | 00:00:00 | 0,0% |

Nota. Média de segmentos por jornal: 17,4

Tabela A7 Média de Segmentos por Noticiário e Média de Segmentos por Tema do Právě Dnes

| | Total | | Política | | Internacional | | Economia | | Justiça e crime | | Sociedade | | Ciência e tecnologia | | Cultura | | Desporto | |
|------------------|-------|-------|----------|-------|---------------|-------|----------|-------|-----------------|-------|-----------|-------|----------------------|------|---------|-------|----------|-------|
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| Peça | 2,0 | 10,8% | 0,1 | 7,1% | 0,1 | 7,1% | 0,1 | 7,1% | 0,1 | 7,1% | 0,4 | 21,4% | 0,0 | 0,0% | 0,3 | 14,3% | 0,7 | 35,7% |
| Off | 3,1 | 15,9% | 0,3 | 9,1% | 1,6 | 50,0% | 0,1 | 4,5% | 0,3 | 9,1% | 0,6 | 18,2% | 0,1 | 4,5% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 4,5% |
| Vivo | 3,4 | 18,5% | 1,7 | 50,0% | 1,0 | 29,2% | 0,3 | 8,3% | 0,1 | 4,2% | 0,1 | 4,2% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 4,2% |
| Peça CNN | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Explicador | 2,9 | 15,4% | 0,1 | 5,0% | 0,6 | 20,0% | 0,3 | 10,0% | 0,0 | 0,0% | 1,7 | 60,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 5,0% |
| Direto | 0,7 | 3,8% | 0,3 | 40,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,4 | 60,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Direto CNN | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape | 0,9 | 4,6% | 0,0 | 0,0% | 0,3 | 33,3% | 0,1 | 16,7% | 0,3 | 33,3% | 0,1 | 16,7% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape CNN | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Promoção | 1,0 | 5,4% | 0,6 | 57,1% | 0,1 | 14,3% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,3 | 28,6% |
| Entrevista | 2,4 | 13,1% | 0,1 | 5,9% | 0,4 | 17,0% | 0,1 | 5,9% | 0,0 | 0,0% | 1,6 | 64,7% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 5,9% | 0,0 | 0,0% |
| Comentário | 2,1 | 11,5% | 1,0 | 46,7% | 0,7 | 33,3% | 0,3 | 13,3% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 6,7% |

Nota. Média de segmentos por jornal: 18,6

Tabela A8 Média de Segmentos por Noticiário e Média de Segmentos por Tema do Hlavní Zprávy

| | Total | | Política | | Internacional | | Economia | | Justiça e crime | | Sociedade | | Ciência e tecnologia | | Cultura | | Desporto | |
|------------------|-------|-------|----------|--------|---------------|-------|----------|-------|-----------------|-------|-----------|--------|----------------------|-------|---------|-------|----------|-------|
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| Peça | 15,7 | 56,7% | 1,7 | 10,9% | 3,7 | 23,6% | 2,0 | 12,7% | 2,0 | 12,7% | 3,3 | 24,5% | 0,4 | 2,7% | 0,9 | 5,5% | 1,1 | 7,3% |
| Off | 5,0 | 18,0% | 0,3 | 5,7% | 3,3 | 65,7% | 0,3 | 5,7% | 0,4 | 8,6% | 0,7 | 14,3% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Vivo | 0,9 | 3,1% | 0,1 | 15,7% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 15,7% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 15,7% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 15,7% | 0,3 | 33,3% |
| Peça CNN | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Explicador | 0,3 | 1,0% | 0,1 | 50,0% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 50,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Direto | 1,7 | 6,2% | 0,1 | 8,3% | 0,2 | 15,7% | 0,1 | 8,3% | 0,0 | 0,0% | 0,9 | 50,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,3 | 16,7% |
| Direto CNN | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Live on tape CNN | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Promoção | 3,9 | 13,9% | 1,6 | 40,7% | 0,3 | 7,4% | 0,1 | 3,7% | 0,1 | 3,7% | 0,6 | 14,8% | 1,0 | 25,9% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 3,7% |
| Entrevista | 0,1 | 0,5% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,1 | 100,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |
| Comentário | 0,1 | 0,5% | 0,1 | 100,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% |

Nota. Média de segmentos por jornal: 27,7

Notas

1 No âmbito deste estudo, foram realizadas visitas às instalações, às redações e aos estúdios de ambos os canais (em Praga, Chéquia, e em Queluz de Baixo, Portugal) e conduzidas entrevistas com dirigentes e trabalhadores para que se pudessem apurar eventuais diferenças entre os dois canais. No entanto, perante o volume de dados e o limitado espaço que teríamos, optou-se, neste artigo, por apresentar um estudo quantitativo focado nos telejornais. Os restantes dados são objeto da tese de doutoramento em curso do autor, intitulada *A Internacionalização da CNN e os Efeitos nos Mercados Televisivos Locais: O Caso da CNN Portugal*.

2 As tabelas completas podem ser consultadas nos Apêndices.

Información adicional

redalyc-journal-id: 7747



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=774782605003>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Élvio Silva Carvalho

**Os Canais Satélite da CNN e as Suas Diferenças: CNN
Portugal Versus CNN Prima News
The CNN Satellite Channels and Their Differences: CNN
Portugal Versus CNN Prima News
Las Filiales de CNN y Sus Diferencias: CNN Portugal
Versus CNN Prima News**

Revista Comunicando

vol. 14, núm. 2, e025014, 2025

Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação,
Portugal

diretorcomunicando@sopcom.pt

ISSN-E: 2182-4037

ISSN-L: 2182-4037

DOI: <https://doi.org/10.58050/comunicando.v14i2.463>



CC BY 4.0 LEGAL CODE

Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.