

## Televisão, serviço público e qualidade

*Francisco Rui Cádima* \*

### Resumo

O autor reúne um conjunto de argumentos no sentido de defender um serviço público de televisão de qualidade inequívoca, enquadrado por políticas e investimentos ajustados à realidade e necessidades do país, quer no domínio da televisão generalista, quer no domínio da televisão temática, atendendo neste último caso à importância da integração da televisão pública no âmbito das estratégias delineadas para a sociedade da informação e do conhecimento.

A actual discussão em torno das perspectivas para o serviço público de televisão em Portugal emerge num contexto de crise muito específico que importa desde já levar em linha de conta nesta análise a que nos propomos.

A actual crise do campo dos media emergiu em boa parte no contexto das tensões geradas no plano da convergência media/new media e também derivou, naturalmente, das múltiplas miragens digitais enunciadas nesse novo ambiente a que se ia chamando de «nova economia» e que alguns analistas viam como mistificações para-milenaristas de final de século...

De facto, os diagnósticos feitos sobre esta temática apontavam já para uma crise mais geral que estava identificada com as falsas expectativas geradas pelas «TMT», pela nova economia e pelos entusiasmos pouco serenos dos investidores, gestores e estrategas das «dotcom» e dos mercados bolsistas.

Havendo, nos finais dos anos 90, uma predisposição das empresas tecnológicas para investir no B2B e no B2C e em conteúdos, *online* e *offline*, comerciais, educativos, culturais, lúdicos e de informação/conhecimento, sentia-se por outro lado uma incapacidade estrutural de dar uma resposta eficaz a conteúdos hiper-segmentados, sendo o digital visto numa dimensão cada vez mais instrumental. Daí à crise foi apenas um pequeno passo.

Na Internet passava-se da exploração à pesquisa e à produção dirigida. Embora com alguma utilidade digital continuava a pensar-se «analógico» e os conteúdos estratégicos digitais com maior hipótese de penetração no mercado acabavam por ser os que mais se assemelhavam aos paradigmas do mundo analógico. No âmbito da produção de conteúdos para a Net, não se via o envolvimento da indústria audiovisual e os grupos de media resistiam a entrar, tal como a administração pública. Num mercado pequeno como o português, aliás, ainda hoje não é visível o envolvimento inequívoco do Estado-«cliente» como dinamizador da e-economy e das indústrias de conteúdos.

No sector privado, pequenos e grandes grupos económicos e de comunicação, pequenas e médias empresas, evoluem agora para a economia digital de forma mais regrada, fazendo convergir e-comm, serviços, informação, conteúdos e,

---

\* Professor Associado do DCC (FCSH-UNL).

em muitos dos casos, optando por hipotecar o B2C em favor de novas áreas de negócio sustentadas em estratégias industriais e dirigidas sobretudo ao B2B, ou mesmo alienando este e outros processos baseados em IP para passar ao *core-business* tradicional.

Novas complexidades surgem resultantes da complementaridade entre regulação sectorial, direito da concorrência e políticas nacionais vs. políticas europeias e ainda pela emergência da economia digital, suscitando-se, contudo, a dúvida sobre se os novos conteúdos e a emergente comunicação interactiva não cairão a breve prazo no refluxo da própria crise.

Por razões conjunturais, portanto e pela crise no sector dot.com e das telecomunicações, logo no primeiro trimestre de 2001 se verificava um forte declínio do investimento, o que trouxe efectivamente uma natural preocupação a todos os actores deste mercado. Apontava-se então para um crescimento zero, ou mesmo negativo, mas à medida que o tempo passava chegava-se à conclusão que no final do primeiro semestre esse crescimento era da ordem do 8% negativos. E para o final do ano de 2001 os valores estimados antes do ataque do 11 de Setembro atingiam a média anual dos 6,3% negativos ao longo do ano, face a 2000. 2001, que, como se sabe, em termos de investimento publicitário, foi um dos piores anos das últimas duas décadas, depois da crise do petróleo e da Guerra do Golfo. A crise no sector publicitário, que se arrastava desde o início do ano, foi assim agravada pelos atentados ao World Trade Center e ao Pentágono, despoletando, nomeadamente, suspensões de campanhas publicitárias nos principais mercados. O facto é que o clima de pessimismo então gerado teve impacte na perda de confiança dos consumidores – e para 2002, a perspectiva é, de novo, de evolução negativa face a 2001.

Hoje, os grupos de media deparam-se com um abrandamento do investimento publicitário e de crise do modelo anteriormente definido como de «convergência» o que tem produzido alguns efeitos não previstos nas estratégias previamente delineadas. Por outro lado, é um facto que começa a haver um conjunto de novas áreas de media e de marketing para as quais são canalizados investimentos anteriormente alocados aos meios de comunicação social tradicionais – refiro a TV Cabo, ainda a Internet, o Marketing Directo, o Mobiliário Urbano, o Product Placement, o SMS/MMS, etc., que no conjunto começam a ter uma quota significativa, sendo aliás de notar que algumas destas áreas não apresentam quebras relevantes nesta fase mais crítica.

Por resolver estão ainda questões de ordem técnica e estratégica, como a questão da eficácia da publicidade, a necessidade de dar maior transparência ao planeamento do investimento publicitário, o exercício de um controlo mais rigoroso da saturação publicitária televisiva, o incentivo dos media regionais a melhorarem as suas estratégias de gestão, comercialização e marketing, o mobilizar a administração pública para o marketing social *online*, etc. etc.

Finalmente, a crise da economia e a conseqüente crise do mercado da publicidade não devem fazer esquecer um conjunto de atribuições e

competências do campo dos media que não devem seguramente passar pelas estratégias maximalistas de captação de investimento publicitário.

Neste âmbito, é óbvio que o operador público de televisão deve ter um comportamento regulador, evoluindo tendencialmente para um modelo mais rigoroso de serviço público de televisão sem publicidade. O actual receio de que haja cartelização do mercado num eventual sistema de duopólio é uma questão relevante, mas em si não deve constituir obstáculo à redefinição do modelo de serviço público que está actualmente em causa.

À beira de uma crise de consequências imprevisíveis, a RTP é hoje uma empresa que acabou por criar um alargado consenso na sociedade portuguesa. E a dois níveis: se os portugueses não têm dúvidas de que é necessário manter um serviço público de televisão, também concordam genericamente que o principal canal da televisão do Estado português – a RTP1, não faz mais do que mimar a oferta dos operadores comerciais, não correspondendo àquilo que se esperava dela e que está contratualizado no Contrato de Concessão. A saber: a TV pública deve «desenvolver uma programação pluralista, inovadora e variada, que responda a elevadas normas éticas e de qualidade e que não sacrifique esses objectivos às forças do mercado» (...); deve «proporcionar uma informação imparcial, independente, esclarecedora e pluralista, que suscite o debate e que exclua a informação-espectáculo ou sensacionalista» (...); deve «privilegiar a produção própria e nacional, nomeadamente de autores qualificados nos domínios da ficção portuguesa e do documentário».

A crise mais pronunciada do audiovisual público português começa ainda no final dos anos 80, com aquilo que então se chamou a «preparação» do monopólio do Estado para a era da concorrência, dado que se avizinhava a entrada de operadores comerciais no mercado português logo no início dos anos 90.

Governavam nessa altura os sociais-democratas e na RTP predominava fundamentalmente o responsável de antena, José Eduardo Moniz, hoje director de programas e de informação da TVI, o canal que tem liderado o mercado português desde Setembro de 2000. Foram então feitos, nessa altura, significativos e desproporcionados investimentos, sobretudo nos mercados estrangeiros de programas, de forma a permitir à RTP manter uma posição de claro ascendente sobre aqueles que viriam a ser os primeiros operadores de televisão privada em Portugal – a SIC (que emitia pela primeira vez a 6 de Outubro de 1992) e a TVI (a 20 de Fevereiro de 1993).

Para os analistas independentes era então muito claro que não haveria mercado para quatro canais a disputar o «bolo» da publicidade. Diversos alertas foram então lançados, mas a verdade é que o governo de Cavaco Silva decidia avançar com duas novas licenças, mantendo a RTP1 e a RTP2 também na disputa da publicidade.

Quase em simultâneo com a liberalização da Lei da Televisão, no início dos anos 90, o governo de Cavaco Silva decide acabar com a taxa de televisão em

Portugal, retirando à empresa uma fonte de receita – e um vínculo directo à comunidade dos cidadãos/contribuintes -, o que teria inevitáveis consequências e agravaria o défice da RTP que a partir de então progride exponencialmente.

Em acréscimo, o mesmo governo aliena à Portugal Telecom a rede de emissão da RTP, por um custo que não ressarcia a televisão pública de um importante meio, passando a ser devedora sobre o aluguer da mesma rede, que passa, portanto, a ter obrigatoriamente de fazer.

Também o mercado passa a não ser nada favorável à RTP. A SIC começa as suas emissões e rapidamente se posiciona como um canal do agrado da maioria dos portugueses. A estratégia face à Rede Globo, sua sócia, que lhe deixa o exclusivo da sua programação e em particular das telenovelas (desde 1977 o género de maior audiência em Portugal), constitui o golpe fatal sobre a «histórica» RTP. A partir de 1995 a SIC passa a líder absoluta de audiência em Portugal.

Em síntese, a situação actual resulta em boa parte de um acumular de erros cometidos no início dos anos 90. Recordaria alguns dos principais: a indefinição da estratégia do operador público para a fase da liberalização, o fim da taxa de televisão e a alienação da rede de emissão, a concessão de alvará a dois operadores privados e não a um, como recomendavam os estudos técnicos e económicos, e a inexistência de cadernos de encargos para os canais comerciais.

Em Outubro de 1995 os socialistas substituem os sociais-democratas no governo. É criada uma Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão, que se suporia ser a entidade que daria parecer sobre as grandes opções estratégicas para a RTP, mas as diferentes sugestões feitas não colhem adeptos no seio do governo.

Na Comissão, procurava-se o «refundar» da RTP1 como autêntico serviço público de qualidade e criar na RTP2 um projecto mais adequado aos tempos que corriam. Diversas fórmulas foram pensadas – canal de saberes/conhecimento, das regiões, em sistema de Pay TV, etc. Concretamente, nos pontos 11 e 12 das Conclusões e Recomendações, alínea e) - «Quanto à definição do modelo de serviço público e dos seus financiamento e organização» (Relatório Final - Outubro de 1996) - a Comissão de Reflexão Sobre o Futuro da Televisão defendia: «Alternativamente à manutenção do status quo da RTP2, a passagem do segundo programa ao regime de televisão por assinatura, mediante associação da empresa com investidores idóneos e subordinação a um rigoroso caderno de encargos, constituiria factor de:

- Intervenção reguladora no mercado, através da libertação de recursos financeiros necessários à satisfação dos encargos de serviço público da RTP e ao fomento das receitas publicitárias dos operadores privados;
- Superação das antinomias existentes nos dois canais de cobertura nacional da RTP e, em particular, da descaracterização do seu primeiro programa;
- Introdução sustentada da operadora do serviço público no segmento da

televisão

paga;

- Desenvolvimento, pela RTP, de parcerias estratégicas aptas à aquisição de catálogos importantes de direitos e know how qualificado;
- Redução substancial do passivo da empresa.»

E no ponto 12: «Na hipótese contemplada no número anterior, a programação de serviço público recentrar-se-ia na RTP1 - que veria reduzido, por seu turno, o actual grau de dependência do mercado publicitário -, sem prejuízo da manutenção, no segundo canal, de padrões ético-qualitativos exigentes.»

Sendo mantido tudo como dantes, agravando-se a quota de audiência e de mercado, vendo crescer ao seu lado a SIC e a TVI - para além da TV Cabo -, a RTP assistia ao acelerar imparável do seu défice financeiro: de cerca de 50 milhões em 1995, passaria a cerca de 200 milhões em 2001. A empresa é hoje, no contexto da coesão económica das finanças públicas no quadro da União Europeia, um dos casos graves no plano nacional. Os próprios socialistas reconhecem agora, após a derrota eleitoral, que a sua gestão do audiovisual público foi uma das suas piores áreas de actuação desde 1995 até 2002.

<b>Evolução do Share da TV Generalista (%)</b>										
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
RTP1	72,2	61,5	46,9	38,4	32,6	33	31,5	28,5	26,2	21,9
RTP2	17,9	17,6	9,8	6,4	6,5	5,6	6,2	6	6	6,1
SIC	8,5	14,3	28,4	41,4	48,6	49,3	49,2	48,1	45,4	37,1
TVI	n.a.	6,6	14,7	13,8	12,3	12,1	13,1	17,4	22,4	34,8

Fonte: Marktest

Universo: 8 972 000 indivíduos

#### **Resultados Líquidos das TV's Generalistas (MEuros)**

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
RTP	-20.4	-39.0	-97.5	-132.5	-92.3	-160.7	-124.8	-123.8	-172.7	-103,6
SIC	-3.4	-29.9	-9.7	0,77	9.5	15.0	26.7	19.8	20.6	-27.2
TVI	-5.5	-27.3	-24.7	-21.6	-30.4	-21.5	-6.4	5.2	15.5	n.d.

Fonte: RTP, SIC e TVI

Impunha-se portanto assumir medidas drásticas. Os dois grandes partidos, PS e PSD, na luta eleitoral para a legislatura da era pós-Guterres (2002), coincidiam num ponto: eram necessárias medidas de emergência e poder-se-ia chegar inclusivamente à liquidação da RTP, criando de raiz uma nova empresa para o serviço público, que poderia ser eventualmente prestado por um só canal. O secretário-geral do PS, Ferro Rodrigues, chegou também a referir-se à crise da RTP, tendo então dito que a empresa poderia ter uma evolução exactamente nesse sentido se a prazo – até um máximo de dois anos - os problemas não tivessem resolvidos.

O PSD vencia as eleições e no seu Programa eleitoral lá estava, em referência à RTP: « a) Reestruturar a empresa a partir de uma auditoria de gestão, organizacional e financeira conduzida num curtíssimo prazo e com datas bem definidas; b) Aplicar um plano financeiro de curto e de médio prazo, sendo o primeiro uma forma de resolver alguns problemas imediatos e devendo o segundo estar ligado à concretização de um plano de reestruturação com calendários bem definidos; c) Cindir em duas empresas a actual RTP, sendo cada uma delas detentora de uma das licenças que a RTP hoje detém; d) Tendo em conta a evolução do panorama audiovisual português, alienar uma dessas empresas em condições a determinar; e) Concentrar o serviço público de televisão num canal generalista, na RTP internacional e na RTP África. Manter a marca RTP como um exclusivo da empresa entre os canais generalistas; f) Alienar parte, ou mesmo a totalidade, das empresas participadas do grupo RTP; g) Quantificar de forma rigorosa e a partir da auditora atrás referida o custo real do serviço público de televisão, passando este a ser financiado pelo Orçamento do Estado (como aliás já acontece, mas sem qualquer tipo de rigor e transparência); h) Fixar padrões de qualidade para o canal generalista, assente numa definição do que é um serviço público de televisão que defenda a cultura, a língua, a identidade nacional e a coesão social. Um canal sem preocupações de concorrer com os canais privados, mas que possa ser um parceiro activo na melhoria do panorama audiovisual; i) Autonomizar os Centros Regionais dos Açores e da Madeira, em condições a determinar e mediante adequadas negociações com os respectivos Governos Regionais; j) Fazer da RTP Internacional e da RTP África verdadeiros instrumentos de uma política de defesa da identidade nacional, no primeiro caso, e de cooperação, no segundo, o que implica a utilização de conteúdos produzidos pelos diferentes canais ou produtores nacionais.»

Nomeado Ministro da Presidência, Morais Sarmiento anuncia um só canal generalista, a redução do número de trabalhadores, deixando algumas questões em aberto: alienação ou liquidação de um canal, ficando o outro com, ou sem publicidade, conforme se concluísse através do parecer de uma Comissão independente. E é nomeada uma nova administração, presidida por um destacado gestor socialista – Almerindo Marques. Mas a história não ficava por aqui. O Conselho de Opinião da RTP, com competência para se pronunciar de forma vinculativa, sobre as personalidades que integram as administrações da RTP, veta o novo Conselho de Gestão, com base numa argumentação que, aparentemente, excedia a sua competência específica.

De uma crise no audiovisual evolui-se aparentemente para uma crise institucional, com pedidos de intervenção ao próprio Presidente da República. O facto é que o estado da RTP não se compadece verdadeiramente com a falta de decisão e o atraso na intervenção. É fundamental actuar. E actuar no sentido da dignificação da televisão pública e da criação, finalmente, de um Serviço Público de TV acima de qualquer suspeita.

Como fazê-lo? – é a questão. A resposta só poderá ser encontrada num modelo radicalmente diferente do que predominou até agora. Nisso parece haver um consenso unânime.

Mas ou o futuro é construído contra o passado e o servilismo político e audimétrico da RTP, ou nenhum Orçamento de Estado rigoroso lhe poderá lançar a mão salvadora. Chegou-se ao ponto de não retorno. Chegou-se ao momento de chamar as coisas pelos nomes e de devolver a RTP ao campo da cidadania, retirando-a ao mercado e à guerra de audiências, que tanto mal lhe (nos) fez. Mal que, infelizmente, está bem à vista.

A par da complexa questão da caracterização e da aplicabilidade prática do conceito de serviço público de televisão, a questão da qualidade em televisão é, porventura, o tema de mais difícil consenso quando se trata de debater os conteúdos televisivos.

Tratando-se, portanto, de um tema sobre o qual – à partida – sabemos que não haverá consenso, importa assim procurar esquematizá-lo na sua essência, na procura de um horizonte de expectativa que esteja de alguma forma equidistante de todos os olhares do «panopticon» televisivo, nesta era que medeia, ainda, entre o declínio da TV analógica e a emergência da «pós-televisão» e que se afirma sobretudo pela multiplicidade da oferta, num contexto, de certa forma, de múltiplos mimetismos.

A qualidade em televisão é, desde logo, um tema que começa por dividir, por separar as águas. Do meu ponto de vista a qualidade em televisão não é um conceito estanque, que se imponha em valor absoluto, de forma unilateral, determinista, exclusivista. Da mesma forma que varia em função dos diferentes níveis de percepção do público e também das diferentes conceptualizações teóricas, varia também em função de atribuições, competências e políticas de regulação, no que concerne em particular ao modelo jurídico imposto aos operadores de televisão.

Assim é que, se ao operador público se exige tradicionalmente a diferenciação pela qualidade, por uma qualidade e diversidade da programação que se apresente, de uma forma genérica, como alternativa aos operadores comerciais, embora nos mecanismos regulatórios portugueses pouco se tenha exigido (não houve cadernos de encargos com obrigações específicas na programação, por exemplo). O chamado «grande público» pretende sobretudo uma oferta compatível com as suas necessidades no plano do entretenimento, do imaginário ficcional, humorístico e, ainda, naturalmente, no plano da informação.

É no âmbito dos conteúdos televisivos que se dá a diferenciação qualitativa e se estrutura a legitimação do serviço público de televisão face à oferta comercial dos operadores privados.

Como se diz no Contrato de concessão do serviço público de televisão, celebrado entre o Estado e a RTP, em 31 de Dezembro de 1996, «deve ser garantida a existência de uma televisão nacional de referência, tendo como base a legitimidade do serviço público de televisão, que se deve caracterizar pela afirmação de uma identidade própria»<sup>1</sup>. Sublinhada a «função vital do

---

<sup>1</sup> Ver o documento online em [www.ics.pt](http://www.ics.pt)

serviço público de radiotelevisão», o texto pretende que haja «uma preocupação permanente de qualidade (...) contribuindo para tornar o público cada vez mais exigente, sem prejuízo do justo equilíbrio entre audiências e padrões de qualidade».

No documento considera-se ainda que «é obrigação do serviço público de televisão ser uma fonte de programação alternativa à televisão comercial; (...) desenvolver uma programação pluralista, inovadora e variada, que responda a elevadas normas éticas e de qualidade e que não sacrifique esses objectivos às forças do mercado; (...) proporcionar uma informação imparcial, independente, esclarecedora e pluralista, que suscite o debate e que exclua a informação-espectáculo ou sensacionalista; (...) privilegiar a produção própria e nacional, nomeadamente de autores qualificados nos domínios da ficção portuguesa e do documentário, bem como a produção conjunta, nesse e noutros domínios, com outros países, especialmente da União Europeia; (...) emitir uma programação generalista destinada ao grande público no respeito por uma ética de antena que recuse a violência gratuita, a exploração do sexo, a vulgaridade, o mau gosto e a manipulação informativa, com pleno acatamento dos valores pertinentes à dignidade da pessoa humana». E finalmente que «sobre a RTP recai também, por outro lado, a obrigação de manter uma programação caracterizada por uma dimensão cultural e educativa, contribuindo para uma progressiva sensibilização do público para a criação artística e para o aprofundamento dos conhecimentos» e que «através da programação dos dois canais, o serviço público de televisão deve contribuir para tornar o público mais exigente, procurando alargar as suas audiências pela isenção e qualidade da programação e não pela submissão a imperativos publicitários».

Por outro lado, na Cláusula 4ª, designada «Missão do serviço público de televisão» diz-se que a missão de serviço público cometida à RTP determina que esta seja «Uma televisão de referência e, nessa medida, garante da qualidade da oferta televisiva; Uma televisão nacional, que produza e transmita programas dirigidos ao todo nacional; Uma televisão de utilidade social, que combata todas as formas de exclusão cultural, social, religiosa, étnica e sexual; Uma televisão de programação agregadora, factor de coesão social e inter-regional, acessível a toda a população, residente ou não no território nacional; Uma televisão das liberdades públicas, garante do pluralismo, do rigor e imparcialidade da informação e do respeito pela diversidade das fontes; Uma televisão que produza obras de ficção de reconhecida qualidade - nomeadamente seriados originais ou adaptados de obras literárias - que fiquem como testemunho do imaginário nacional; Uma televisão que promova a criação artística nacional e o conhecimento do património histórico e cultural do País; Uma televisão de expressão internacional, vocacionada para a difusão da língua e da cultura portuguesas; Uma televisão de responsabilidade e rigor na selecção de notícias e imagens, para utilização própria ou para cedência no mercado internacional, designadamente aos seus parceiros europeus; Uma televisão com exigência ética, que se reflecta na recusa quer de programação perversora de valores morais fundamentais quer da instrumentalização das pessoas, designadamente pela violência, pelas emoções e pelo sexo; Uma televisão que conceba e divulgue a sua programação de entretenimento segundo critérios e grelhas horárias que tenham em conta o interesse dos



espectadores e prossigam uma mais-valia social e cultural, de inovação e de procura de padrões de qualidade.»

Confrontando a realidade com o que está estabelecido no Contrato de concessão, a verdade é que sentiremos uma certa dificuldade em verificar, na prática, o cumprimento destes pressupostos que – esses sim – fariam da RTP uma verdadeira televisão de serviço público.

Voltando, no entanto, à dicotomia qualidade e audiência: fará sentido exigir uma compatibilidade entre a qualidade da programação e os ratings de audiência? É de facto uma aliança de certa forma perversa e que vicia desde logo os dados do jogo. Por um lado, os ratings estão enquadrados num dispositivo técnico pré-determinado pela lógica de mercado e em grande parte pela programação específica da oferta comercial. Por outro lado, na maior parte dos conteúdos culturais, de divulgação, educativos, no documentário e mesmo na ficção de autor, as audiências são tradicionalmente baixas, o que não pode, sob pretexto algum, pôr em causa a legitimidade da existência do serviço público de televisão, e, em particular, a necessidade de apostar nesse tipo de programação.

Daí que a discussão em torno da especificidade do serviço público de televisão fique enquinada quando se lhe exige «audiência». Não podemos esquecer que quando um telefilme ou uma média metragem de autor português passa na RTP2 e obtém pouco mais de 1% de audiência, isso significa que foi vista por cerca de 100 mil telespectadores – um valor que raramente um filme português atinge quando passa em sala. Este simples exemplo ajuda, do meu ponto de vista, a sustentar a ideia e a defesa do serviço público de televisão – independentemente dos *ratings* comerciais que um determinado programa possa vir a ter - e não a contrária. O mesmo argumento se poderá ter relativamente a programas como o *Acontece* – um programa com pergaminhos na televisão portuguesa – que conta regularmente com a presença de cerca de 150-200 mil telespectadores, o que é um ganho substantivo no plano cultural para a sociedade portuguesa. Há que sobrelevar estes valores e não amesquinhá-los. Há que reforçar esta tendência e não diminuí-la. Há que consensualizar este tópico como se de um pacto de regime se tratasse.

De facto, a essência do modelo de serviço público começa por estar no não abdicar de um «projecto cultural» e na preservação de uma identidade própria face às tentações de carácter comercial. Nesse sentido é importante assegurar nas comunidades nacionais, para o público em geral, uma programação diversificada, equilibrada, destinada a todas as categorias da população. Ter uma escolha múltipla de programas tendo claramente em conta os interesses das regiões e das minorias. A atribuição de um lugar de relevo às questões da educação e da cultura. A aposta, através de programas apropriados e de uma forma equilibrada, na despoluição no domínio da cultura. Estreita coordenação e larga cooperação com outras produções a nível europeu. Em documentos mais recentes do Conselho da Europa e do Parlamento Europeu as TV's públicas dos Estados europeus têm principalmente por missão, entre outros aspectos: ser uma referência para o público e um factor de coesão social e de integração de todos os indivíduos, grupos e comunidades; fornecer um fórum de discussão onde um leque tão variado de opiniões e de pontos de vista

possa exprimir-se; difundir informações e comentários imparciais e independentes e ser uma referência no sector da informação; desenvolver uma programação pluralista, inovadora e diversificada correspondendo a normas éticas e a alta qualidade e não sacrificar esse objectivo qualitativo às forças de mercado; desenvolver e estruturar as grelhas de programas para um largo público sem descuidar os pedidos de grupos minoritários; contribuir de forma activa, graças à programação, para um melhor conhecimento e apreciação da diversidade do património cultural nacional e europeu; alargar a escolha de que dispõem os telespectadores e os ouvintes, oferecendo igualmente programas que não constam das propostas das empresas privadas de radiodifusão.

Enfim, todo um quadro que não oferece dúvidas quanto ao modelo a seguir e sobretudo quanto à distância a que os serviços público europeus têm estado do cumprimento dessa mesma essência.

Uma outra questão também no âmbito da qualidade – e na caracterização do serviço público - prende-se com os conteúdos violentos e a sua auto-regulação. A tese de que a televisão é portadora de todos os males presentes e futuros da nossa sociedade é uma tese recorrente, nomeadamente nos estudos sobre a relação entre a violência social e os meios de comunicação. É, no entanto, do meu ponto de vista, uma tese radical, sustentada por pontos de vista fundamentados mais em valores e impressões do que em estudos rigorosos e insuspeitos sobre a matéria.

Em Portugal, em termos institucionais e de há cerca de dez anos para cá, a forma que tem sido seguida no sentido da prevenção dos excessos tem passado fundamentalmente pela assinatura de pactos de conduta entre os canais de televisão, públicos e privados, numa lógica mais de auto-regulação do que de intervenção directa do Estado. Aliás, este é de alguma maneira o modelo que tem vindo a ser seguido por alguns países, modelo que previsivelmente poderá ser alargado a nível europeu, nomeadamente entre os países da União Europeia.

Nesses pactos procura-se prevenir não só a violência gratuita, sobretudo nos programas destinados ao público infantil e juvenil - designadamente aqueles que possam atentar contra o desenvolvimento físico, mental e moral dos menores -, mas também defender a qualidade da programação e a sua inserção em determinados espaços e horários apropriados ao conteúdo das emissões.

Segundo alguns estudos de reputados centros de investigação é grave veicular a ideia de que são os meios de comunicação que transmitem a violência à sociedade. Acusar a TV de uma responsabilidade que ela não tem, e que incumbe a outra ordem de factores, pode ter consequências ainda mais graves para a sociedade (censura, repressão, puritanismo, etc.), do que para o próprio meio de comunicação em causa. A TV é fundamentalmente um factor de difusão dessa violência das sociedades - da violência do real e da ficção, estereotipada - e é nessa sua condição que deve ser privilegiada a análise.

Desse ponto de vista os projectos de auto-regulação parecem-me operativos sobretudo neste quadro que procura desmistificar um perigo que está efectivamente no corpo social e sobretudo nas suas margens, que a própria sociedade produz. É interessante ver qual o resultado do primeiro relatório feito em França sobre os mecanismos de auto-regulação em relação à questão da violência. Com efeito, o Conselho Superior do Audiovisual francês divulgou no início de 1998 as conclusões de um estudo relativo à aplicação da sinalética anti-violência na televisão francesa ao longo de um ano (de Novembro de 1996 a Novembro de 1997).

Em França, desde Novembro de 1996 que os operadores de televisão acordaram não só na introdução de uma sinalética que avisa quais os programas com uma carga excessiva de violência, mas também na adopção de um dispositivo de classificação das emissões. Neste último caso, trata-se de um grupo de cinco sinais que classificam os programas, desde aqueles que são para "todos os públicos", até aos que são para um público adulto.

A aplicação de ambos os dispositivos é apenas utilizada na ficção e nos documentários televisivos e cinematográficos e, nestes, apenas uma parte do todo - 8 por cento, segundo o estudo -, é que foi sujeita à sinalética e à classificação. Trata-se, na sua grande maioria, de filmes exibidos após as 22h00, que são geralmente aqueles que, segundo a classificação, são interditos a menores de 12 anos, embora, a título excepcional, possam ser exibidos quando acompanhados de uma sinalética permanente.

A sinalética vermelha indica os programas de carácter erótico ou de grande violência, correspondendo a uma interdição dos menores de 16 anos. Doze por cento do total de filmes assinalados tiveram o quadrado vermelho. Finalmente, entre os que são absolutamente proibidos nas TV's que emitem em aberto, ou seja, os "filmes de carácter pornográfico ou de extrema violência susceptíveis de prejudicar gravemente o desenvolvimento físico, mental e moral dos menores", apenas foram identificados 20 filmes, mas todos no quadro previsto, uma vez que passaram num canal de Pay TV - o Canal Plus. As divergências de apreciação entre o CSA e as redes de TV sobre a classificação não foi excessiva, contando-se em cerca de 10 por cento os casos em que houve diferença de opiniões.

No conjunto, o balanço foi francamente positivo. O CSA limitou-se então a sugerir algumas propostas para melhorar o modelo existente. Entre elas, a necessidade de haver formação específica audiovisual nas escolas, de serem lançados estudos qualitativos nomeadamente na programação infantil e juvenil, de reforçar a ética de difusão na área da informação, de serem difundidos programas de valor educativo e cívico, de homogeneizar o sistema de classificação e a sinalética entre todos os canais e a nível europeu, de continuar a sensibilizar o público e os media em relação a estas questões. Enfim, um balanço largamente satisfatório, o que prova ser possível a auto-regulação entre TV's públicas e privadas.

A questão da auto-regulação é assim de grande importância neste plano e provavelmente será decisiva na regulação desta complexa questão no futuro próximo. Isto, muito embora se considere que a violência estereotipada nos media não transmite, de modo determinista, violência à sociedade. Acusar os

media de principais instiladores da violência é, do nosso ponto de vista, iludir o problema. As raízes da violência só podem, por isso, ser encontradas em contextos mais complexos no plano societal dado que a violência é sobretudo um facto de civilização.

De qualquer forma, neste domínio, o serviço público de televisão tem um campo vastíssimo de afirmação da sua diferenciação face aos operadores privados. Uma diferença que terá necessariamente que ser apoiada, nesta última matéria em particular, em estudos qualitativos e análise de conteúdo que permitam ao legislador, ao decisor e ao programador da TV pública, um melhor entendimento do como levar à prática o conceito de «serviço público» de televisão.

#### Referências bibliográficas

- ABRUZESSE, Alberto,  
BOURDIEU, Pierre, *Sur la télévision*, Liber, Paris, 1996.  
BOURDON, Jérôme e JOST, François, *Penser la Télévision*, Actes du Colloque de Cérisy, INA/Nathan, Paris, 1998.  
CÁDIMA, F. Rui., *Desafios dos Novos Media*. Editorial Notícias, Lisboa, 1999.  
-, *O Fenómeno Televisivo*, Lisboa, Círculo de Leitores, 1995.  
CASETTI, Francesco e CHIO, Federico di, *Análisis de la Televisión - Instrumentos, Métodos y Prácticas de Investigación*, Paidós, Barcelona, 1998.  
ECHEVERRIA, Javier, *Telépolis*, Ediciones Barcelona, Destino, 1994.  
GEA, Charo Gutiérrez, *Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación*, *Zer*, Diciembre, 2000., pp. 151-184.  
SARTORI, Giovanni, *Homo Videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 1998.