



Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (Orgs.) (2008)  
*Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*  
6 - 8 Setembro 2007, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho)  
ISBN 978-989-95500-1-8

---

## Programação de serviço público: o caso português



NILZA MOUZINHO DE SENA

*Universidade Técnica de Lisboa* ~ nilzasena@netcabo.pt

### Resumo:

A investigação que se propõe procura caracterizar a oferta televisiva da estação pública portuguesa entre 1990 e 2005, enfatizando as mutações derivadas da abertura da televisão à iniciativa privada e a procura de uma identidade própria atinente às necessidades de interesse público e ao cumprimento de prerrogativas de serviço público. A RTP – enquanto primeira estação de televisão, de gestão pública, e na qualidade de instituição de prestígio – cabem funções (e reservas) relativamente à qualidade das suas emissões e gestão dos seus conteúdos que, antes de mais, devem fomentar a madurez democrática e concorrer para a formação, espírito cívico e participação. O estudo que propomos vem oferecer uma reflexão acerca da programação de horário-nobre deste operador e do modo como, ao longo dos anos, tem vindo a aproximar-se (ou não) do cidadão comum e das exigências de uma sociedade desenvolvida e globalizada.

### Palavras-chave:

Televisão, programação, serviço público.

---

### 1. O que se espera do serviço público?

O princípio de serviço público de televisão, adoptado largamente pela generalidade dos países europeus (renitentes quanto à liberalização do sector e confiados na experiência da rádio), segue um conjunto de pressupostos, sintetizados por Jay Blumer e que se resumem na universalidade, pluralismo, diversidade, qualidade e vocação cultural (Blumer, 1992: 7/14). O conceito de universalidade implica uma ampla cobertura geográfica, garantindo a recepção à generalidade da população de um território nacional<sup>1</sup>, enquanto que a diversidade se refere ao leque de conteúdos programáticos que devem atender às necessidades de todos os grupos da população, inclusivamente os minoritários. O pluralismo consagra também uma programação diversificada que agrade à multiplicidade de públicos e que permita a expressão de diferentes correntes de opinião. A vocação cultural prende-se com um sentido perpetuador do património cultural de uma determinada sociedade e como veículo da identidade nacional. Já a qualidade é outra exigência comumente dirigida aos

---

<sup>1</sup> Em Portugal, o critério da universalidade ou da cobertura abrangente traduz-se na possibilidade real de emissão não só em território continental, mas também nas regiões autónomas. Com efeito, esta situação tornou-se efectiva com a criação de emissões nacionais da RTP nos arquipélagos da Madeira e dos Açores.

organismos públicos e refere-se ao cumprimento dos requisitos anteriores tanto quanto à ética em antena e à formação cívica e educacional. George Gillingham observa que inicialmente «as instituições educacionais contavam-se entre os pioneiros da transmissão experimental e obtiveram considerável proporção das primeiras licenças para a transmissão» de televisão nos EUA, confirmando uma vocação educativa preliminar (Gillingham, 1972: 324). Outra característica apontada por Blumer é o distanciamento do mercado (Blumer, 1992: 7/14), na medida em que o serviço público de televisão foi originalmente concebido distante dos grandes grupos económicos e tendo no investimento publicitário apenas um apoio supletivo.

Em rigor, a televisão de serviço público é a que responde de forma mais efectiva às necessidades mais prementes de uma sociedade heterogénea, preservando a sua autonomia e independência relativamente aos critérios comerciais, defendendo e enaltecendo crescentemente valores identitários e culturais enraizadores de uma Nação. Nesse caso, «a televisão de serviço público encarna (...)», ou deveria encarnar «um princípio de resistência crítica face à mediocridade audiovisual, uma força de dissidência diante de todas as tutelas, políticas, ideológicas e mercantis» (Lemos Martins, 2005: 9). Esta televisão deve produzir ainda programas que sirvam todos os públicos, inclusive os interesses específicos de determinadas regiões, regionalizando até a sua programação ou, em alternativa, criando emissões autónomas para as diferentes localidades (Coelho, 2005: 105). Para as demais exigências, acresce o papel do Estado, cujo élan é também a autoridade e a responsabilidade para com o meio.

Inicialmente, partindo do modelo regulado, as televisões de serviço público seguiam os aparelhos de Estado, as suas directrizes e até, nalguns casos, a sua ideologia, pelo que Francisco Pinto Balsemão afirma que, «em Portugal e noutros países sul-europeus, as televisões públicas estiveram ao serviço de ditaduras de direita e, nos países de leste da Europa, ao serviço de ditaduras de esquerda» (Balsemão, 1999: 201). No entanto, a verdadeira crise nesse esperado serviço público chegou com a liberalização do mercado e a concorrência com o sector privado. A legitimidade, o financiamento e a identidade sofreram um golpe inusitado e a progressiva aproximação ao serviço comercial colocou em causa os fundamentos, as funções e os recursos de serviço público.

Do ponto de vista económico-financeiro cedo se avolumaram dificuldades. Com o aumento do volume de horas de emissão, houve necessidade de preencher esses horários com mais produtos, inflacionando os custos de produção e emissão de programas. Por outro lado, a perda de exclusividade de transmissão dos principais eventos, designadamente desportivos e a migração de profissionais, seduzidos por ordenados inflacionados, é também motivo de perda de competitividade e de redução financeira. Essas dificuldades iniciais desembocaram na deriva do serviço público, notada em factores cruciais que antes a tipificavam. Como refere Felisbela Lopes, «apesar de o serviço público de televisão ter missões específicas (sendo, por isso, financiado pelo Estado), em muitos países a política concorrencial entre as televisões públicas e privadas é visível, principalmente no domínio da publicidade» (Lopes, 1999: 37). As televisões públicas incrementaram a sua dependência publicitária como mecanismo compensatório, mas também com custos sociais elevados; inverteram os princípios orientadores da sua oferta programática quando promoveram a demanda de audiências, de forma tão animosa quanto as próprias estações comerciais. Joaquim Fidalgo afirma que as televisões de serviço público seguiram as opções programáticas dos canais comerciais «deixando cada vez mais desguarnecidas (...) áreas de programação menos susceptíveis de captar audiências imediatas e os correlativos investimentos publicitários» (Fidalgo, 2005: 26). A sua estrutura inicial ruiu, perdeu a legitimidade de acção e inverteu os valores primários presentes desde a sua concepção. É preciso ter em conta, que as televisões públicas partem de pressupostos previamente desfavoráveis no jogo concorrencial, pois continuam a ostentar o dever de fazer serviço público, os programas de prestígio (que convém emitir) são onerosos e exigentes e a adstricção ao

sector público obrigam a prestar contas no médio, senão no curto prazo.

Acrescem as dificuldades políticas. A crise das televisões públicas tem um rosto e um responsável: os governos. São eles que as lançam desprotegidas na senda da desregulamentação, despojando-as de meios para fazer frente à concorrência dos operadores privados. Deixam de exercer um controlo real das emissões sem contrabalançar essa medida, furtam-se a pedir produtividade e a estudar os recursos cada vez mais escassos e não envidam esforços para medir a eficácia político-económica em termos de quota de mercado e posicionamento face aos canais concorrentes. Enrique Bustamante justifica que «os governos e parlamentos agem assim porque deixa de haver consenso sobre as televisões públicas, pondo em causa o seu controlo ou a possibilidade de censura» (Bustamante, 2004: 59), enquanto que Claude Neuschwander, Jean-Marie Charpentier, Gilles de Margerie, Olivier Doussett e Gérard Carles vão mais longe quando afirmam que a liberalização do sector audiovisual «amputou o serviço público e tornou o financiamento extremamente difícil» (Neuschwander et al., 1986: 51/53). Os obstáculos à solidez e estabilidade de propósitos e as dificuldades económicas agudizam-se também devido à rápida rotação de dirigentes televisivos por razões políticas. O caso português é disso exemplo, uma vez que «em 25 anos, a RTP conheceu mais de 20 presidentes: miscelânea que traduz o ziguezaguear da política portuguesa (...)» (Rebelo, 2001: 11). A ideia de serviço público envolve expectativas, mas também responsabilidades que, deste modo, deixam de existir.

As transformações socio-culturais que ocorreram na Europa não podem ser deixadas de fora deste processo, na medida em que as audiências homogéneas, receptivas a uma oferta única e condicionada, se desmembraram em fragmentos múltiplos ou públicos de gostos diversos e interesses plurifacetados. A este propósito, Jean-Pierre Esquenazi defende uma sociologia dos públicos no sentido de testemunhar a preocupação que deve existir com a recepção das mensagens comunicativas. Afirma então que «o número e a importância dos produtos/conteúdos propostos aos espectadores (...) estão longe de diminuir: a compreensão das atitudes dos públicos torna-se cada vez mais necessária» (Esquenazi, 2006: 58). A abertura do segundo canal de serviço público já tinha como objectivo responder a essa mudança, agravada pela generalização do vídeo doméstico e a possibilidade de gravar conteúdos televisivos de maior interesse (Abercombrie, 1999: 79).

Todas estas alterações não significam a inexistência do serviço público de televisão. Na verdade, as televisões públicas europeias procuram, apesar de tudo, distinguir-se dos canais privados ao nível da produção e da programação (Tracey, 1998: 45). Mesmo tentadas a eleger, optativamente, uma programação conservadora de serviço público ou uma competição desenfreada com os canais comerciais, as televisões públicas, depois de uma fase em que escolheram a segunda opção, voltaram a tentar construir a sua identidade sem intenção de alcançar a liderança das audiências, mas antes procurando uma oferta diversa e alternativa às televisões comerciais.

Actualmente, com o amadurecimento da competição televisiva e a demarcação dos canais comerciais, diversos países da Europa oscilam entre três situações: ruptura com o modelo comercial a partir de novas orientações de serviço público, no qual a alternativa e a diferença são apostas claras do projecto; possibilidade de equilíbrio entre o modelo de serviço público e o modelo comercial, colhendo contributos de ambos para a construção de uma nova televisão, na qual o papel inerente ao sector público é menor; e anuência a um plano de desintegração das televisões de serviço público, anuindo à valorização do mercado (Achille & Miège, 1994).

Entre os aspectos a considerar futuramente no âmbito do serviço público de televisão devem ser realçados os que correspondem a uma programação criativa e de qualidade, representando ainda

a diversidade cultural, social e regional de cada país<sup>2</sup> e assegurando uma informação competitiva mas sóbria, equilibrada, plural e autónoma. A promoção da cidadania e o respeito pelos principais actores institucionais e pela autoridade política do Estado também são valores a preservar. Se se negarem essas premissas essenciais e determinadas missões específicas como a educação, a cultura, a informação política e eleitoral, a promoção do próprio país (inclusive internacionalmente) e também, porque não, o entretenimento de qualidade, ficará restringido o papel integral de serviço público numa sociedade. Manuel Pinto defende que «a televisão incorpora na sua natureza uma componente relevante de entretenimento que importa cultivar com bom gosto e descomplexadamente, de forma equilibrada com emissões mais informativas e formativas. Nenhum género televisivo deve ser, à partida, estranho à televisão de serviço público». Prossegue afirmando que «as reticências em relação à função de entretenimento e distração televisivos que por vezes se observam em sectores ilustrados decorrem de um preconceito cultural que urge combater e ultrapassar» (Pinto, 2005: 16). Já Agustín Garcia Matilla defende a existência de uma televisão educacional que deveria ter como objectivos prioritários: «compensar as desigualdades sociais, provocar e facilitar a participação e a cidadania, formar valores de paz, solidariedade, igualdade e tolerância, educando para a comunicação» (Matilla, 1997: 470). A função de serviço público necessita, cada vez mais, da instauração e monitorização efectiva de indicadores específicos que guiem o trabalho das televisões públicas de acordo com a procura do público, sem arrastá-las para uma oferta exclusivamente hipotecada pela quantificação audiométrica. O serviço público de televisão deve ser o protótipo mais próximo do ideal de televisão generalista, onde cabem todos os géneros ao encontro de todos os públicos.

## 2. A televisão pública portuguesa – O caso da RTP1

A análise das estações de televisão generalistas e do seu papel como instrumentos solidificadores do sistema democrático justifica, em certa medida, o estudo das programações veiculadas e das opções genéricas de conteúdos. No caso do serviço público de televisão, essa premissa é ainda mais válida e necessária, na medida em que esse serviço é assegurado pelo Estado e está constitucionalmente previsto no ordenamento jurídico nacional<sup>3</sup>.

A análise do serviço público de televisão em Portugal deveria ser analisado em cadeia, com o cruzamento de dados e resultados dos diversos canais, dando particular atenção à RTP1 e à RTP2. No entanto, o primeiro canal é o indicador mais seguro de plena realização dessa missão e que, pela própria oferta de programas responde ao perfil definido para estações de serviço público e pelo carácter generalista concorre com outros canais de iniciativa privada, servindo de alternativa.

A análise que aqui se apresenta abarca as emissões de horário-nobre e *second time*<sup>4</sup>, durante os dezasseis anos de 1990 a 2005, permitindo perceber quais as diferenças na programação televisiva, introduzidas pela abertura dos canais privados. A transição de um período da história da

<sup>2</sup> Alguns estudos revelam uma tendência para a criação de estereótipos culturais e para a prevalência de alguns grupos em televisão, em lugar da promoção da diversidade. Sheryl Browne Graves afirma que a televisão americana promove uma «diversidade muito limitada quer do ponto de vista numérico como do ponto de vista qualitativo (...). A generalidade dos programas americanos é dominado por Europeus ou Americanos que pertencem à classe média e ao sexo masculino. Outros segmentos sociais, quando incluídos, são predominantemente afro-americanos. Os outros grupos aparecem muito restritivamente e em função do papel social, da sua ocupação ou características da personalidade», o que evidencia uma deficiente representatividade cultural e regional. Cfr. Graves, S. B. (1996), *Diversity on Television*, in MacBeth, T. M. (Editor), *Tuning in to Young Viewers – Social Science Perspectives on Television*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, p. 79.

<sup>3</sup> Cfr. Artigo n.º 38 da Constituição da República Portuguesa.

<sup>4</sup> Considera-se o horário-nobre ou prime time o período temporal das 20 às 24 horas e o second time das 24 horas à 1 hora da madrugada. Estes foram os períodos de estudo escolhidos, o primeiro por ser o segmento horário em que se registam maiores audiências e, por consequência, maior interesse ao nível dos programas emitidos e o segundo por ser uma extensão do período anterior, muitas vezes englobando uma estratégia programática vertical afim.

televisão portuguesa – marcada pelo domínio monopolista da estação pública – para uma fase concorrencial, na qual a dispersão de públicos e de interesses forçava a uma reconceptualização da oferta televisiva só é, com efeito, demonstrável a partir do aumento anterior do *corpus* de análise. Por outro lado, as idiossincrasias da televisão pública, do ponto de vista institucional, mas também do ponto de vista operativo e logístico carecem de uma análise particular.

A análise das emissões televisivas seguiu uma lógica de congregação de programas por macroconteúdos e géneros considerados de apreensão acessível, cujo carácter e conteúdo não ofereciam dúvidas quanto à natureza e objectivos da comunicação<sup>5</sup>. Em televisão, o conceito de género foi fixado pelas próprias emissoras ou pelas empresas de audiometria. Por isso, muitas vezes as delimitações não estão de acordo com as características formais dos programas nem com os seus sistemas de produção, mas antes relacionadas com a forma como se dirigem a um determinado público. Nesse sentido, muitos dos géneros considerados nesta análise seguem a lógica imposta pelo género dentro da grelha programada para o horário-nobre e *second time* e não para a globalidade da emissão. Alguns géneros abarcam um conjunto de programas diferenciados, como por exemplo, a ‘ficção’ (género integrante da programação do horário-nobre) que engloba ofertas tão distintas como longas-metragens, séries estrangeiras, *sitcoms*, telenovelas e outras. Desse modo, estipularam-se os grupos de programas que se descrevem no quadro seguinte:

Categoria (Macroconteúdos)	Síntese Descritiva
Informação	Considerada para todos os programas de estrita informação quer diária (diversos serviços noticiosos), quer não-diária, englobando diversos tipos de documentos informativos como grandes reportagens, entrevistas, debates, especiais de informação, sendo programas cujo conteúdo não invade outros géneros. São programas facilmente catalogados como informativos.
Entretenimento	Remete para todo o tipo de programa considerado distractivo, com um conteúdo lúdico e de lazer, sendo constituído por programas de ficção e de recreação, como por exemplo, variedades, musicais, concursos, talk shows e reality-shows.
Documentários ou Programas de Divulgação Cultural	Constituídos, preferencialmente, por programas de conteúdo vincadamente cultural e com uma perspectiva pedagógica, educativa e informativa.
Programas de Desporto	Traduzem o volume de programas dedicados a partidas desportivas, bem como complementos informativos sobre esta matéria como, por exemplo, debates desportivos, pre-match e pos-match.
Diversos Não-	Por razões de tratamento dos dados encontrados, considerou-se ainda o volume de

<sup>5</sup> Depois do aparecimento dos operadores privados, desenvolveram-se muitos programas que correspondiam a produtos híbridos nos quais coexistiam vários tipos de comunicação e vários géneros numa só emissão programática, como por exemplo, concursos musicais em que concorriam o género musical e o género concurso ou talk shows com variedades, como muitos programas de Herman José, em que coabitavam vários tipos de comunicação numa mesma emissão. Nesses casos, a catalogação existente nos anuários das respectivas estações televisivas, integrando a descrição do programa, levavam à integração destes produtos no género mais significativo. Por exemplo, o programa ‘Chuva de Estrelas’ da SIC descrito como um programa em que «o cidadão anónimo faz o espectáculo, cantando e imitando os seus ídolos do mundo da música. Neste programa musical, nada ficou esquecido, e estas estrelas são penteadas, maquilhadas e vestidas de forma a traduzirem, em pormenor, o ‘look’ do intérprete ou conjunto que vão imitar (...)», documenta-o como um programa musical e não como um concurso embora, na realidade, o programa seja um produto híbrido. À semelhança do que se verifica com esta descrição, também outros programas que são híbridos apresentam sempre uma tendência maior para um dos géneros, que acaba por permitir a sua inserção numa das categorias escolhidas para este estudo. Outro exemplo é o programa O ‘Amigo Público’ da RTP que aparece descrito como «(...) um encontro de Júlio Isidro com o (imenso) público seu amigo, para porem em dia as questões do dia-a-dia que a todos interessam, no tom coloquial e amigável que caracteriza um dos mais estimados conversadores da nossa televisão. Em ‘O Amigo Público’ vamos conhecer pessoas anónimas que desempenham tarefas e missões importantes. Vamos poder ver as nossas personalidades públicas de forma diferente, na sua faceta descontraída e intimista. ‘O Amigo Público’ é um programa que nos vai fazer pensar, que nos vai emocionar, mas que nos proporcionará igualmente boas e sentidas gargalhadas». Esta descrição levaria à integração do programa no género talk show, porque é o género predominante na descrição, embora o programa consagre também sketches de humor e momentos musicais, sendo por isso um programa híbrido. Esta lógica de consulta da catalogação e descrição nos anuários televisivos foi seguida, sempre que os programas apresentavam dúvidas quanto ao género predominante na comunicação. Cfr. SIC, Anuário de 1995, Op. Cit., p. 42 e RTP, Anuário de 1998, Op. Cit., p. 26.

Discriminados	programas não discriminados pelos respectivos documentos de consulta e que figura como indicador abstracto, retirado do conjunto de géneros atribuídos. São programas cujo tempo foi contabilizado nos anuários consultados, onde não era especificado o tipo de programa em causa (por exemplo: dentro da categoria entretenimento o anuário apresentava o volume de horas de emissão de ficção e de determinados programas recreativos e ainda o volume de horas de emissão de diversos não discriminados, que se sabe de entretenimento, mas sem especificação quanto ao tipo de programa em causa).
Publicidade	Não sendo considerado um programa propriamente dito, ocupa no espaço televisivo (sobretudo no horário em análise) um tempo específico de captação de receita para as diversas estações e, por isso, tornou-se pertinente inclui-lo nesta fase da investigação.

Quadro n.º 1 – Grupos de programas considerados

Fonte: Tipologia elaborada pela autora para o presente estudo.

Por fim, a arrumação destes indicadores é original, tendo sido sistematizada em função da análise dos documentos encontrados quer nos arquivos das estações televisivas, e mais particularmente nos anuários consultados, quer nos dados disponibilizados pela *MediaMonitor*<sup>6</sup> ou ainda na consulta das revistas *TVGuia*<sup>7</sup>.

### 2.1. As horas de emissão da RTP

Uma das grandes mudanças registadas na televisão pública a partir da abertura à iniciativa privada prende-se com o aumento do número de horas de emissão, à semelhança do que se verificou também noutros países da Europa. Nelson Traquina, ao citar Hulten e Brants, refere a este propósito que «o aumento do tempo de emissão é claramente uma reacção comum à crescente concorrência». Acrescenta ainda que «em Portugal, poderíamos argumentar que (...) o aumento desse tempo foi um plano deliberado de preparação para a anunciada concorrência» (Traquina, 1997: 69). Contudo, essa premissa é uma constatação documentada em vários manuais da especialidade como resultado da concorrência e que «fez disparar o volume de emissão de 600-700 horas iniciais para 7.300-8.000 horas anuais consumidas por estações que são praticamente *non-stop*» (Bustamante, 2004: 98). O caso português demonstra que o tempo total de emissão da RTP em 1990 atingia 6073 horas, enquanto que em 2005 subiu 38,49%, isto é, a emissão atingiu 8760 horas.

A primeira grande alteração do tempo de emissão da RTP registou-se precisamente em 1992, com uma subida de 9,30%<sup>8</sup>. Em 2000, deu-se novamente uma grande subida do volume de horas de emissão, sendo a variação percentual de 10,25%.

Actualmente, e desde o ano 2000, as emissões da televisão pública apresentam um padrão de continuidade inusitado. Na realidade, antes de 2000 a emissão não cobria certos horários, como por exemplo, determinadas horas da madrugada. Hoje, a qualquer hora do dia ou da noite, a estação oferece uma emissão continuada, embora a madrugada apresente características distintas das emissões diurnas ou mesmo do horário-nobre e *second time*<sup>9</sup>.

<sup>6</sup> A *MediaMonitor* cedeu um conjunto de dados brutos onde figurava o nome do programa, o horário de início e de fim de emissão, bem como outros dados acessórios referentes à emissão num determinado período de tempo. A partir desse material tornou-se possível saber tempos de emissão de programas ao minuto e integrá-los nos macroconteúdos supracitados.

<sup>7</sup> As revistas *TVGuia* tiveram a importante função de ajudar a contextualizar os produtos e a inseri-los nos grupos de programas considerados, uma vez que só o título do programa se tornava limitador para a identificação do género a que essa emissão pertencia.

<sup>8</sup> Os valores são sempre calculados em relação ao ano anterior, excepto no caso do ano de 2005 em que a diferença percentual é calculada em relação ao ano de 1990.

<sup>9</sup> A emissão da madrugada apresenta características muito particulares: algumas horas da antemanhã são preenchidas com programas de vendas e apresentação de produtos, as horas do *second time 2* – período temporal que se considera da uma hora da madrugada em diante – a emissão apresenta um forte predomínio de ficção, designadamente com a apresentação de filmes de grande metragem e séries estrangeiras. Cfr. *TVGuias* de 1993 a 2005.

Anos	Tempo total de emissão	Varição relativamente ao ano anterior (em %)	Ocupação do tempo disponível (horas/dia x dias/ano, em %)
1990	6073:28:00		69
1991	6325:14:54	4,1	72
1992	6913:32:30	9,3	79
1993	6785:50:26	-1,8	77
1994	7096:39:29	4,6	81
1995	7311:45:03	3,0	83
1996	7200:24:21	-1,5	82
1997	7182:33:55	-0,2	82
1998	7353:13:07	2,4	84
1999	7967:29:00	8,4	91
2000	8784:00:00	10,2	100
2001	8760:00:00	-0,3	100
2002	8760:00:00	0,0	100
2003	8760:00:00	0,0	100
2004	8784:00:00	0,3	100
2005	8760:00:00	38,5	100
Total	122934:00:49		

Quadro n.º 2 – Tempo total de emissão a cada ano (RTP)

Base – Tempo total de emissão da RTP.

## 2.2. Os géneros prevalentes nas noites da RTP

Regra geral, a televisão pública apresenta um padrão de oferta televisivo dominado pelo entretenimento, já que ele representa 42% das emissões da televisão pública no horário-nobre e *second time* ao longo dos dezasseis anos estudados. Embora a sua história tenha sido marcada por um período fortemente enraizado na expressão cultural e que, como afirma Luísa Schmidt, «foi criando vínculos culturais entre os portugueses» (Schmidt, 2003: 24), hoje o que sobressai da emissão da RTP é o domínio dos programas de cariz distractivo, de variedade significativa e com alterações relevantes a partir de 1993 – após o aparecimento dos canais privados. Os tempos mudaram e as adaptações às novas realidades cedo se fizeram sentir. *Grosso modo*, as grelhas de programação da estação pública reduziram significativamente os programas documentais e culturais no segmento nocturno, que passaram a ter uma expressão bastante reduzida (0,9%).

A informação, marcada por um padrão e estilo muito conservadores e à qual foram sendo introduzidas alterações que a pudessem tornar mais competitiva, representou nestes anos 25,1% da emissão, enquanto que o desporto representou 13,3%. Em média, a publicidade representou 15,7% do tempo de emissão no segmento horário em estudo.

Anos	Informação	Entretenimento	Documentários e divulgação cultural	Desporto	Diversos não discriminados	Publicidade
1990	24,6	41,2	2,0	8,8	11,8	11,5
1991	28,1	43,3	1,6	7,1	7,7	12,1
1992	23,9	42,2	0,9	3,6	14,3	15,1
1993	19,8	41,6	0,8	1,7	21,1	15,0
1994	20,0	46,0	0,3	15,3	2,6	15,8
1995	23,5	40,9	0,0	17,4	0,0	18,3
1996	17,5	38,0	0,2	21,7	0,0	22,7
1997	19,4	38,5	0,0	17,3	0,0	24,7
1998	21,0	34,3	0,4	17,8	0,0	26,6
1999	27,3	41,1	0,1	14,3	0,0	17,2
2000	24,0	43,5	0,5	17,7	0,0	14,3
2001	25,5	47,2	0,0	14,4	0,0	12,8
2002	32,0	42,8	0,8	13,1	0,0	11,3
2003	30,6	45,5	0,6	12,0	0,0	11,3
2004	29,8	40,2	2,4	15,6	0,0	12,0
2005	31,0	44,6	3,1	9,7	0,0	11,6
Total	25,1	42,0	0,9	13,3	3,1	15,7

Quadro n.º 3 – Distribuição de tempos de emissão por grupos de programas em horário-nobre e second time (valores em %) Base – Tempo total de emissão em horário-nobre e *second time*.

Ao longo dos dezasseis anos, a televisão pública foi alterando o padrão de oferta de produtos em função das exigências do mercado e da própria concorrência. O ano de 1993 reflecte já a viragem com uma diminuição da oferta de informação, enquanto que o ano de 1994 regista um aumento da emissão de entretenimento.

No estudo evolutivo dos géneros mais preponderantes no cenário televisivo do operador público, notamos que a informação tem vindo a ganhar espaço. Com efeito, é este tipo de produto que tem trazido maior incremento ao panorama audiovisual público. Já o entretenimento, apresentando variações pontuais, também aumentou ligeiramente, contrariando o índice de programas desportivos que, desde 2001, tem vindo a diminuir, apesar de uma ligeira ascensão em 2004, motivada pela transmissão de alguns eventos desportivos como os Jogos Olímpicos de Atenas e o Euro 2004. Quanto aos documentários e programas culturais, depois de um período de pouca expressividade, registaram um ligeiro acréscimo nos últimos dois anos em estudo<sup>10</sup>.

Relativamente ao volume publicitário, este tem vindo a descer desde 1998 atingindo, em 2002, valores próximos daqueles que eram típicos antes da concorrência.

### A informação no horário-nobre e *second time* da RTP

A televisão pública é a estação que mais procura valorizar a emissão de informação em horário-nobre (Sena, 2007). Aliás, essa tem sido a sua imagem de marca e uma estratégia segura de captação de públicos a par de um registo de qualidade, sobretudo desde 2000, ano em que a

<sup>10</sup> Contudo, alguns estudos avançavam já o desaparecimento de determinado tipo de programas do horário-nobre da RTP: «a programação mais erudita deixa de marcar presença no Canal 1». Cfr. Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão, Op. Cit, p. 10, p. 104. Em todo o caso, ainda em 1991, a RTP tinha iniciado um período de grandes produções documentais nacionais, quer internas quer externas. Palavras Vivas, Gente Remota, Descobrir o Mundo, Descobrir o Mundo, Descobrir o Homem, A Espada e O Escudo e Malta Portuguesa, são alguns exemplos. Cfr. RTP, Anuário de 1991, Op. Cit.



informação começou a aproximar-se do entretenimento e a preencher uma parcela significativa dessa faixa horária. Aliás, «a RTP desenvolveu uma estratégia "para o *prime time*" em que preenche a grelha com produtos da área da informação: noticiário, entrevista, comentário, debate, grande reportagem ou *infotainment*. Mas sempre tendo em consideração que "a actualidade e o interesse dos conteúdos são fundamentais" para prender a atenção do público, concluiu Luís Marinho» (Marinho, 2006).

Uma televisão de serviço público é «uma televisão inteligente e cidadã, feita por profissionais motivados, para espectadores exigentes, (deve) propor temas de reflexão, educar divertindo, surpreender pela inovação, informar com rigor e ética, dar voz a quem não tem voz e dizer aquilo que esses sem voz não sabem pôr em palavras, reflectir sobre o seu papel e até auto-criticar-se» (Andringa, 2002). Por esse motivo, devem existir programas de informação<sup>11</sup> que sirvam todos os públicos, inclusive com conteúdos que atendam às minorias, se possível veiculando cultura e promovendo a educação, sem que isso signifique arredar-se da qualidade e do papel referencial.

Entre 1990 e 2005, a RTP apresentou em horário-nobre e *second time* um volume de informação diária correspondente a 74,2% e programas de informação não-diária na ordem dos 25,8%, o que demonstra uma preocupação em não se limitar aos blocos noticiosos.

Anos	Informação diária	Informação não-diária
1990	70,0	30,0
1991	72,3	27,7
1992	69,7	30,3
1993	70,1	29,9
1994	73,7	26,3
1995	82,2	17,8
1996	75,7	24,3
1997	76,7	23,3
1998	80,0	20,0
1999	83,7	16,3
2000	80,6	19,4
2001	76,2	23,8
2002	73,7	26,3
2003	69,0	31,0
2004	73,7	26,3
2005	64,7	35,3
Total	74,2	25,8

Quadro n.º 4 – Distribuição de tempos de informação em horário-nobre e *second time* (valores em %)  
Base – Tempo total de emissão de informação e horário-nobre e *second time*.

A informação da RTP teve sempre um estilo sóbrio e algo conservador que se tem mantido até aos dias de hoje. Ainda antes do aparecimento das estações privadas, a RTP renovou os seus serviços informativos «tanto no aspecto formal, com novos genéricos e cenografias, como na apresentação, conteúdos e métodos de trabalho. Em vésperas da abertura da televisão à actividade privada, a aposta da informação foi a de assegurar a presença de jornalistas da RTP em todos os acontecimentos de relevância mundial, sempre que possível recorrendo-se a transmissões e

<sup>11</sup> A informação ocupa 25,1% das emissões no horário-nobre e *second time* da RTP, entre 1990 e 2005. Cfr. Quadro n.º 3.

intervenção em directo» (Relatório e Contas, 1990). Eram os esforços iniciais de preparação para uma era nova. Os investimentos sucederam-se não só na orgânica interna de produção de informação diária, mas também procurando responder às necessidades prementes da actualidade de cada semana com a informação não-diária. O ano de 1991 foi particularmente exigente neste domínio, já que a informação teve que se deparar com o desafio de cobertura da Guerra no Golfo Pérsico, ainda em situação de monopólio televisivo. Era um teste de fogo à capacidade da RTP para cobrir, repentinamente, um acontecimento à escala mundial. A visita de Sua Santidade o Papa João Paulo II também mereceu especial esforço por parte da estação pública. No fim do ano, ainda houve necessidade de documentar e transmitir os acontecimentos relacionados com a Guerra na Jugoslávia, tendo sido necessária a deslocação de uma equipa aos dois lados do conflito. Estes aspectos assumem particular relevo, uma vez que este ano marca o recurso ao 'directo' nos serviços noticiosos dos correspondentes da RTP espalhados pelo mundo (Anuário RTP, 1991).

A informação diária tem vindo a decrescer ao longo dos anos, tendência essa contrariada pela subida da emissão de outros programas de informativos de periodicidade semanal ou quinzenal. A informação diária é predominantemente constituída pelos jornais e serviços noticiosos, no qual se destaca o *telejornal* – apontamento das 20 horas. O *telejornal* nasceu a 18 de Outubro de 1959, substituindo o *Jornal RTP* que, por sua vez, tinha também substituído no mesmo ano o *Jornal de Actualidades*, em antena desde 1957. Começou por ter duas edições, uma transmitida às 20.30 e com uma duração média de 30 minutos ininterruptos e outra mais sintetizada às 23.15 e com uma duração média de 10 minutos (Teves, 1998: 100). Representando o elemento central da informação em horário-nobre, o *telejornal* ocupa actualmente o lugar central na cadeia de programação televisiva, tendo-se constituído como um marco de arrastamento da restante programação de horário-nobre. Ainda que em decréscimo temporal, o jornal televisivo da RTP é um produto clássico da informação da televisão pública quase desde as suas origens, tendo servido de modelo para os noticiários das outras estações televisivas. No entanto, embora exista efectivamente desde 1959, o *Telejornal* reduziu a sua popularidade depois da concorrência directa do *Jornal da Noite* da SIC, a competir no mesmo horário desde 1994 (Sena, 2007).

### 2.2.2. O entretenimento no horário-nobre e second time da RTP

Há uma tensão permanente e discussões perenes sobre a ambivalência e utilidade social da informação e do entretenimento em televisão. Gorados os esforços de uma programação paternalista feita por uma elite letrada que defendia a cultura e a informação acima de tudo, hoje a recreação é o que essencialmente preenche o pequeno ecrã. Porque os programas de entretenimento são, acima de tudo, resultado da criatividade, torna-se mais difícil estabelecer conteúdos específicos que delimitem aquilo que deve ou não ser emitido. Nesse sentido, exige-se do serviço público que as opções de entretenimento sejam, também elas, artífices de uma sociedade comprometida consigo mesma, solidária, na qual a cidadania e a identidade sejam valores maiores e perfeitamente congruentes para todos. Os valores que caracterizam as emissões da RTP não desvalorizam essa dimensão<sup>12</sup>, pelo que o entretenimento na televisão pública é dominado claramente pela ficção que representa 63,3% das emissões e pelos programas de foro recreativo que alcançam 36,7%.

<sup>12</sup> O entretenimento representa 42% de emissão no horário-nobre e second time da RTP, entre 1990 e 2005. Cfr. Quadro n.º 3.

Anos	Ficção	Recreativos
1990	85,1	14,9
1991	83,7	16,3
1992	78,6	21,4
1993	67,2	32,8
1994	57,2	42,8
1995	57,9	42,1
1996	63,6	36,4
1997	61,5	38,5
1998	66,2	33,8
1999	66,0	34,0
2000	44,7	55,3
2001	63,5	36,5
2002	66,9	33,1
2003	47,8	52,2
2004	67,0	33,0
2005	52,5	47,5
Total	63,3	36,7

Quadro n.º 5 – Distribuição de tempos de emissão de entretenimento em horário-nobre e second time (valores em %) Base – Tempo total de emissão de entretenimento em horário-nobre e second time.

Ainda antes do aparecimento das estações privadas, já a RTP pensava em linhas de mudança nas opções estratégicas de programação e testava alguns produtos: atraía criativos da área cinematográfica para a produção televisiva, procurava desenvolver melhores projectos como séries nacionais e não descurava a acção de acompanhamento das produções externas (Relatório e Contas, 1990).

Depois do aparecimento dos canais privados a história da televisão em Portugal deixava de ser história da RTP e «(...) começavam as suas mais competitivas apostas na programação. José Eduardo Moniz (director de informação desde 1983, com um breve interregno em 1985/86), assim o reconheceu, na apresentação da primeira grelha antes dos privados: ‘as pressões que o presente desenha sobre o futuro do serviço público, não se compadecem com promessas frágeis, nem retórica vã’» (Moniz, 1994). Na verdade, depois do aparecimento dos operadores privados, a televisão inflectiu o seu rumo e jamais voltou ao que era, sendo evidentes e depressa detectáveis as mudanças no campo do entretenimento. A primeira grande alteração, em 1993, foi o decréscimo das emissões de ficção e o aumento dos programas recreativos, igualando alguma programação emitida pela SIC. Essa mudança estratégica e de ruptura com as emissões nos anos anteriores foram notadas e criticadas por várias individualidades. João Soares Louro, afirmava ainda em 2002, de forma crítica que «a RTP aguentou até 1993, sensivelmente, a concorrência dos novos operadores privados, mas não se reposicionou nem soube criar uma estratégia que marcasse fortemente a sua vocação de serviço público. Envolveu-se, de forma menos perspicaz, na *guerra de audiências*, nas respostas à *contra programação*; tergiversou em matérias de conteúdos; não soube capitalizar a sua experiência de muitos anos; assustou-se, procurou muitas saídas e nenhuma» (Louro, 2002).

Sempre com um volume de emissão superior em programas de ficção até 1999, a RTP em 2000 inflecte essa tendência e, pela primeira vez, o volume de programas de recreação ultrapassa as emissões ficcionais. Num ano de grande agitação televisiva com o fortalecimento das audiências da

TVI, a tentativa da SIC para manter a liderança e um panorama novo de conteúdos televisivos, iniciada com a emissão do *Big Brother*, a RTP enveredou por uma linha estratégica diferente daquela que seguira até então. Joaquim Fidalgo escreve a este propósito que «(...) as televisões públicas (ou seja, detidas pelo Estado e supostas depositárias de uma obrigação de ‘serviço público’) cada vez mais oferecem grelhas e programas semelhantes às das televisões comerciais, seja pela ânsia de tentarem recuperar níveis de audiência em clara descida, seja pelo desnorte em que as novas condições políticas, sociais e tecnológicas as mergulharam» (Fidalgo, 2005: 17). Entre 2000 e 2005, as tendências apresentaram-se visivelmente conjunturais, oscilando muito entre estes dois sectores do entretenimento.

### 2.3. Os conteúdos da RTP e o imperativo de serviço público

O operador público de televisão diferencia-se dos outros operadores pelo conjunto de exigências<sup>13</sup> profissionais e de exemplaridade que o tornam estação referencial em termos de qualidade.

Como refere Moisés de Lemos Martins, «acima de tudo, a televisão de serviço público encarna (...) um princípio de resistência crítica face à mediocridade audiovisual, uma força de dissidência diante de todas as tutelas, políticas, ideológicas e mercantis, e uma chancela de criatividade que assegure as possibilidades da (a)ventura humana» (Martins, 2005: 11/12), que consagre a necessidade pertinaz de informação, a impetuosa vontade de entretenimento – livre e descomplexada – as vicissitudes da formação permanente ao nível cultural e educativo... A grelha de um canal público deve congrega um equilibrado jogo narrativo de géneros que cumpra estes requisitos.

Nesse sentido, a televisão pública fica obrigada a emitir uma programação de ‘excelência’ pautada pela necessidade premente de fazer serviço público. Esta perspectiva, tantas vezes estudada por ser factor de integração social e unidade nacional, abria as veredas necessárias à garantia dos valores inerentes a uma sociedade diversificada, na qual o pluralismo surgia como via de defesa dos valores identitários de uma nação e dos valores democráticos então fortemente preconizados. Em simultâneo, o serviço público de televisão afirmava-se com «uma função federadora à volta das emissões e dos programas» (Vasconcelos, 2003: 43/44), que parecia tipificar o próprio modelo de monopólio público no qual prevaleciam três razões fundamentais: «a escassez de recursos tecnológicos (escassez de espectro radioelétrico), a necessidade de assegurar uma cobertura nacional e o elevado custo de transmissões e dos programas» (Vasconcelos, 2003: 44).

Este modelo, historicamente dominado pelo sistema público, apresentava, pois, uma programação de monopólio, em que os programas eram definidos em função de três finalidades sociais e comunicativas: informar, educar e distrair. Exactamente por esta ordem. Os géneros televisivos eram bem definidos e a audiência era vista como um colectivo passivo. Nesta lógica de

<sup>13</sup> O Conselho da Europa no seu relatório sobre o Futuro do Serviço Público de Radiodifusão afirma determinadas exigências no que respeita ao serviço público de televisão, nomeadamente as seguintes: «1. Serem, por via das suas programações, uma referência para o público e um factor de coesão social e também de integração de todos os indivíduos, grupos e comunidades. Têm que, em particular, rejeitar qualquer discriminação cultural, sexual, religiosa ou racial e qualquer forma de segregação social; 2. Fornecer um fórum de discussão onde um leque tão variado de opiniões e de pontos de vista possa exprimir-se; 3. Desenvolver uma programação pluralista, inovadora e diversificada correspondendo a normas éticas e a alta qualidade e não sacrificar esse objectivo qualitativo às forças do mercado; 4. Desenvolver e estruturar as grelhas de programas e os serviços de interesse para um largo público sem descuidar os pedidos de grupos minoritários; 5. Apresentar as diferentes ideias filosóficas e convicções religiosas da sociedade de forma a reforçar a compreensão mútua e a tolerância, promovendo as relações entre comunidades nas sociedades com várias etnias e culturas; 6. Contribuir de forma activa, graças à programação, a um melhor conhecimento e apreciação da diversidade do património cultural nacional e europeu; 7. Verificar que os programas têm uma percentagem significativa de produções originais, em particular longas metragens, ficções televisivas e demais obras de criação, e ter o cuidado de recorrer a produtores independentes e cooperar com o sector cinematográfico; 8. Alargar a escolha de que dispõem os telespectadores e os ouvintes, oferecendo igualmente programas que não constam das propostas das empresas privadas de radiodifusão». Cfr. Relatório Resolução do Conselho da Europa sobre o Futuro do Serviço Público de Radiodifusão, Comissão de Reflexão, Lisboa, 1996.

programação de monopólio, «o programa valia por si, era uma unidade autónoma, estando claramente demarcado relativamente à emissão que se lhe seguia ou precedia (...)» (Lopes, 2005: 78/79). O curso televisivo dotava-se de uma objectividade comunicativa a partir de uma manifesta delimitação dos géneros (informação, entretenimento e emissões culturais), em que assumia relevância a discricionariedade específica dos públicos, havendo selecção particular em função de cada um deles (programas para público infantil, para público juvenil, para público politizado, para público aficionado pelo desporto, etc...). Os géneros televisivos apresentavam características que os tornava claramente identificáveis, escasseando, senão rareando mesmo, os programas híbridos de difícil classificação. Com o advento das estações privadas de comunicação, a delimitação dos géneros passou a ser menos objectiva, uma vez que aumentou o volume de programas híbridos, muitas vezes chamados de variedades. Esse tipo de programa, de variedades, representava na RTP 36,46% do volume de programas recreativos emitidos em horário-nobre antes de 1993 e passou a representar 46,46% depois dessa data e até 2005 tendo, por conseguinte, sofrido um aumento de aproximadamente 10%. O crescimento foi notório entre 1993 e 2000, depois verificou-se uma redução na emissão desses programas (Sena, 2007).

Conforme «a progressiva multiplicação de iniciativas de televisão comercial, verificada, na Europa, a partir de meados da década de 70, contraposta ao até então cenário unidimensional dominado pelo serviço público, os canais que asseguram o desempenho deste não deixaram de registar alteração das suas estratégias em matéria de programação» (Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão, 1996: 103). À programação de monopólio sucedeu a programação concorrencial, na qual as funções sociais e comunicativas tradicionais viam a sua ordem invertida pela lógica duopolista (televisão pública/televisão privada), seguindo uma orientação distinta nas emissões que passavam a preconizar três objectivos: distrair, informar e educar. As prioridades passavam a ser outras. A análise das emissões da RTP é interessante por ser suposto um serviço público, no entanto, torna-se possível agora comparar «a sua programação diversificada, mas exclusiva» com o «exemplo daquilo que as privadas, entretanto impuseram e generalizaram com um tipo de programação (...) num modelo já mais próximo da neotelevisão» (Schmidt, 2003: 24).

Ao longo destes 16 anos verificamos que a sua programação mudou com a concorrência televisiva. Esse facto não resulta somente do aumento global de emissão, mas também do consequente aumento da procura de programação rendível que agrade ao grande público. Essa finalidade justifica a redução dos programas mais exigentes ao nível intelectual, como documentários e programas de índole cultural e pedagógico (que passaram a representar no horário-nobre e *second time* apenas 0,9%), mas também um acréscimo de programas de entretenimento, sobretudo em 1994<sup>14</sup>. Outra mudança de fundo é a diminuição das emissões desportivas, sobretudo de jogos de futebol (a partir de 2001), devido às transmissões por canais de cabo como a Sport TV.

Em linhas gerais, pode dizer-se que os géneros mais conformes ao cumprimento de um serviço público diminuíram na RTP, depois do arranque das estações privadas. Facto ainda mais visível no horário-nobre, em que a diversidade é manifestamente menor. Os noticiários com longa tradição no canal público reduziram o seu tempo de duração, dando lugar a outros programas de informação de periodicidade semanal, com prevalência das grandes entrevistas e debates (Sena, 2007).

O advento das estações privadas ainda proporcionou o reciclar dos géneros televisivos e o aparecimento de novos programas e formatos. Nesse âmbito, contam-se os *talk shows*, que apareceram como ímpeto de imitação da concorrência.

No início, estas alterações vieram «arejar a paisagem audiovisual, criar um mercado de produção de programas, aligeirar e racionalizar os meios de produção, desempoeirar as estações

<sup>14</sup> Cfr. Quadro n.º 3.

públicas e criar, nalguns, a ilusão de que o mercado iria, finalmente, assegurar o pluralismo e a diversidade da escolha» (Vasconcelos, 2003: 45).

Os tempos de emissão cada vez mais longos (com uma subida na ordem dos 38,4% entre 1990 e 2005<sup>15</sup>), as produções cada vez mais onerosas (Relatório e Contas, 1990 a 2005), a ausência de políticas de programação consentâneas com as novas condições de partilha de audiências, a concorrência pura e dura, os debates infrutíferos sobre as funções particulares do serviço público afunilaram a dimensão estatizante da televisão pública, mas também estabeleceram um fosso entre produtos de qualidade e produtos que vendem, acentuando o desfasamento entre os custos e as receitas. A RTP só começou a diminuir os custos em 2001. Até então, o volume de produção e os encargos de programas pesavam brutalmente no orçamento da empresa (Relatório e Contas, 2001). Numa primeira fase, a televisão pública optou pela solução mais fácil e resolveu bater-se pela obtenção de publicidade. Dizia-se então que era uma solução perversa: «porque o apelo à publicidade equivalia, particularmente na Europa onde a oposição público/privado é mais sentida, a renunciar à concepção original de serviço público. Como aceitar, de facto, que um aparelho público, responsável pela produção de um serviço público, fosse financiado e, por conseguinte, preservado graças à publicidade, símbolo do privado triunfante?» (Rebelo, 2001: 13).

Pretende-se que a programação do serviço público de televisão seja, no mínimo, atractiva e que justifique o próprio investimento público, mas que evite o populismo por mais compensador que este seja em termos publicitários e comerciais, já que contraria a sua própria lógica conceptual. Em geral, «os canais públicos, confrontados com a nova realidade concorrencial, optam pela 'luta', introduzindo mais programas de entretenimento (...). Os operadores públicos reagem à concorrência com uma cópia da receita cozinhada para atrair audiências, pondo assim em dúvida o próprio papel de agentes do 'serviço público'» (Traquina, 1997: 18). O debate tardiamente chegado a Portugal, entre televisão pública e televisão privada, tem protagonizado no espaço público a visão de que a problemática se centra na televisão pública, enquanto «eixo polarizador desta questão – *media*/privados, *media*/públicos (...)» (Oliveira, s/d: 1009). Este tema, embora discutido na Europa desde finais dos anos 60, «só nos anos 80 veio a obter medidas concretas, exactamente pelas diferentes etapas e meios da implementação da desregulamentação» (Oliveira, s/d: 1009).

Ao período em que o Estado era um agente operador em situação de monopólio televisivo, segue-se outro, em que o Estado se assume concomitantemente como operador, mas também como agente regulamentador. Para José Rebelo, este é o Estado «que investe directamente financiando a televisão pública: que delega, através da concessão de serviço público. Que regulamenta e administra, criando e aplicando legislação apropriada. Que negocia nas instâncias internacionais» (Rebelo, 2001: 15).

Numa segunda etapa, a televisão pública começa a criar uma identidade própria de estação de serviço público em regime concorrencial, havendo autonomia e criatividade para conceber e emitir programação própria, para se demarcar dos outros canais e procurar a qualidade. Os últimos anos em estudo (2004 e 2005) representam uma vontade de mudança no sector da programação: o aumento e diversificação da informação, o aumento dos documentários e programas de divulgação cultural, a aposta em séries estrangeiras de qualidade e a produção própria de séries históricas nacionais são reveladoras de uma tentativa clara de inflexão do quadro a que temos assistido e de uma adaptação a uma identidade mais conforme ao serviço público.

Deste modo, o modelo de televisão de serviço público generalista persegue o objectivo de ser o mais plural, «aquele que, para além da na sua génese, dever servir todos os públicos, se afirma como o que apresenta melhores condições para ser independente da pressão económica e da

---

<sup>15</sup> Cfr. Quadro n.º 2.

ditadura das audiências» (Coelho, 2006: 16). Enveredámos, então, por esse caminho e, nesse contexto, é evidente que uma estação pública não deve escolher entre uma programação destinada a um público popular e uma programação destinada às várias minorias: deve, antes, «proporcionar essa escolha ao espectador, dando-lhe o sentimento de que essa alternativa lhe é proporcionada pela sua estação pública» (Vasconcelos, 2003: 82). Os próximos anos definirão em concreto essa posição, mas até lá persiste a esperança fundamentada nesses pequenos sinais que a programação dos últimos anos tem assinalado.

### 3. Síntese conclusiva

Ultrapassada a dimensão de serviço público adstrito ao aparelho do Estado e de crise despoletada pela liberalização do mercado e também pela concorrência com o sector privado, deve pensar-se a programação de serviço público na contemporaneidade como uma tarefa responsável, distintiva da oferta privada e crescentemente sólida ao nível da qualidade e diversidade. O bom serviço público assegura a cidadania, respeita os principais actores institucionais e a autoridade política do Estado, ao mesmo tempo que se rege por vectores de imparcialidade, espírito de serviço e distanciamento do modelo comercial. Só assim, os programas (e a sua arrumação nas grelhas) respondem ao equilíbrio estratégico e ponderado que traduz o valor vulnerável que é a qualidade. Será que a RTP responde a estes imperativos? O estudo em causa foi um desafio de resposta a estas questões, bem como uma análise desapassionada e fria das emissões da estação pública portuguesa desde a fase monopolista à fase concorrencial.

A transição da fase monopolista para a fase concorrencial, com conseqüente dispersão de públicos e de interesses, forçou a RTP a uma reconceptualização da sua oferta de conteúdos, adaptando-se à nova realidade concorrencial. Esse exercício verificou-se, primeiro, no aumento do volume de horas de emissão, depois, no preenchimento desse tempo suplementar e numa estratégia diferente de organização da grelha programática.

Nesse sentido, o padrão de oferta da estação pública passou a ser dominado por emissões distractivas, com recurso significativo a programas de índole popular, de produção nacional e falados em língua portuguesa – que foram mudanças particularmente evidentes em 1993 e 1994. O aumento da informação, bem como a sua valorização competitiva, foi outro dos aspectos verificados no período concorrencial, assim como o decréscimo notório dos programas mais culturais e documentais e também dos tempos dedicados a questões institucionais, como os direitos de antena, os boletins de informação agrícola e piscatória, os momentos dedicados a comunicações de instituições sociais, entre outros. Os tempos de emissão publicitária também aumentaram, embora sem relação directa com o volume de investimento auferido – os blocos de intervalos registaram um tempo mais significativo de emissão do que aquele que se verificava antes da abertura dos canais privados de televisão (Sena, 2007).

A promoção de uma estação de televisão pautada pela qualidade não resulta apenas da vontade dos seus programadores, mas também dos recursos financeiros disponíveis. A natureza concorrencial, sobretudo a partir de 1993, deu também um impacto muito significativo nos orçamentos destinados à elaboração das grelhas de programas, com o encarecimento dos mais variados produtos e dos respectivos custos de produção, fomentando a emissão de programas com menos qualidade. A quotização da RTP no mercado caiu em 1995 e nunca mais alcançou a liderança, factores que justificam em parte a reconceptualização da oferta registada na televisão pública.

Agravando alguns aspectos, o *prime time* aqui estudado acentua as evidências da oferta global em concorrência. É importante salientar que o peso da informação é superior neste segmento horário o que, *de per si*, revela o carácter competitivo do género; pelo contrário, o peso do entretenimento é

menor. Outra particularidade importante prende-se com a expressão mais insignificante dos programas educativos e culturais, que neste bloco horário é ainda mais insuficiente, traduzindo uma diversidade incipiente, na qual os conteúdos que atendem às minorias são pouco representativos.

### Bibliografia

- AA.VV. (2002), *Audiovisual que Estratégia?*, Lisboa: Celta Editora, Grupo Parlamentar do Partido Socialista.
- Abercombrie, N. (1999), *Television and Society*, Cambridge, Oxford, Malden: Polity Press.
- Achilles, I. e Miège, B. (1994), *Estrategias de Adaptación de las Televisiones Publicas Europeas. Limites e Intercertidumbres de Futuro*, in *Telos*, n.º 40.
- Andringa, D. (2002), *Que Futuro para o Serviço Público de TV?*, in AA.VV., *Audiovisual que Estratégia?*, Lisboa: Celta Editora, Grupo Parlamentar do Partido Socialista.
- Balsemão, F. P. (1999), *Os Grupos Portugueses Devem Concentrar-se Para Resistirem*, in Gomes, A., Malheiros, J. V., e Sousa, T., *Portugal Dois Mil Vinte*, Coimbra, Fenda Edições.
- Blumer, J. (1992), *Television and the Public Interest. Vulnerable Values in West European Broadcasting*, London: Sage Publications, Broadcasting Standards Council.
- Bustamante, E. (2004), *La Televisión Económica – Financiación, Estrategias y Mercados*, Barcelona: Gedisa Editorial, Estudios de Television.
- Coelho, P. (2005), *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público – Um Estudo sobre a Situação Portuguesa*, Lisboa: Livros Horizonte, Coleção Media e Jornalismo.
- Delgado, J. B. (Org.) (1997), *El Debate de la Comunicación*, Madrid: Fundación General de la UNM, Ayuntamiento de Madrid.
- Esquenazi, J.P. (2006), *Sociologia dos Públicos*, Porto: Porto Editora, Coleção Comunicação.
- Fernandes, A. P. (2001), *Televisão do Público*, Coimbra: Minerva.
- Fidalgo, J. (2005), *De que se fala Quando se fala em Serviço Público de Televisão?*, in Pinto, M. (Coord.), *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Porto: Campo das Letras.
- Gillingham, G. (1972), *O ABC do Rádio e da Televisão*, in Steinberg, C. (Org.) *Meios de Comunicação de Massa*, São Paulo: Cultrix.
- Gomes, A., Malheiros, J. V., e Sousa, T., *Portugal Dois Mil Vinte*, Coimbra: Fenda Edições.
- Graves, S. B. (1996), *Diversity on Television*, in MacBeth, T. M. (Editor), *Tunig in to Young Viewers – Social Science Perspectives on Television*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- Lopes, F. (2005), *Os Conteúdos do Serviço Público de Televisão: Pistas para a Elaboração de uma Grelha de Programação*, in Manuel Pinto (Coord.), *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Porto: Campo das Letras.
- \_\_\_\_ (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Coimbra: Minerva.
- MacBeth, T. M. (Editor) (1996), *Tunig in to Young Viewers – Social Science Perspectives on Television*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- Martins, M. L. (2005), *Por uma Democracia a Vir. A Televisão de Serviço Público e a Sociedade Civil*, in Pinto, M. (Coord.), *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Porto: Campo das Letras.
- Matilla, A. G. (1997), *Nuevos Contenidos para una Nueva Televisión*, in Delgado, J. B. (Org.), *El*



*Debate de la Comunicación*, Madrid: Fundación General de la UNM, Ayuntamiento de Madrid.

Neuschwander, C., Charpentier, J.M., Margerie, G., Doussett, O., Carles, O. (1986), *La Communication dans Tous ses États*, Paris: Syros, Collection Mouvement.

Oliveira, J. M. P., *A Integração Europeia e os Meios de Comunicação Social*, in *Análise Social*, Lisboa: ICS, n.º 118-119.

Pinto, M. (Coord.), *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Porto: Campo das Letras.

Rebelo, J. (2001), *Por uma Televisão do Público*, in prefácio à obra de Fernandes, A. P., *Televisão do Público*, Coimbra: Minerva.

Schmidt, L (2003), *Ambiente no Ecrã – Emissões e Demissões no Serviço Público Televisivo*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.

Sena, N. M. (2007), *A Televisão Portuguesa – Caracterização da Oferta Televisiva em Portugal 1990–2005*, Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, (edição policopiada).

Steinberg, C. (Org.) (1972), *Meios de Comunicação de Massa*, São Paulo: Cultrix.

Teves, V. H. (1998), *História da Televisão em Portugal – 1955/1979*, Lisboa: TVGuia Editora, 1º Volume.

Tracey, M. (1998), *The Decline and Fall of the Public Service Broadcasting*, New York: Oxford University Press.

Traquina, N. (1997), *Big Show Media – Viagem pelo Mundo Audiovisual Português*, Lisboa: Editorial Notícias.

Vasconcelos, A. P. (2003), *Serviço Público Interesses Privados – O que está em Causa na Polémica da RTP*, Lisboa: Oficina do Livro.

#### *Documentação Diversa*

##### Anuários

RTP, Radiotelevisão Portuguesa, Anuários RTP de 1990 a 2004, Edição da Radiotelevisão Portuguesa, Divisão de Relações Exteriores, Direcção de Arquivos e Documentação, Serviço de Verificação e Estatística, Lisboa.

##### *Arquivos*

Arquivo Audiovisual da RTP (Prior Velho)

Hemeroteca Municipal

#### *Bibliografia electrónica*

Marinho, L. (2006), in Edição *on-line* do *Diário de Notícias*, de 11 de Dezembro in [http://dn.sapo.pt/2006/12/11/media/informacao\\_tv\\_e\\_mais\\_facil\\_digerir.html](http://dn.sapo.pt/2006/12/11/media/informacao_tv_e_mais_facil_digerir.html) – Consultado em 8 de Janeiro de 2007.

#### *Diversos*

Dados da *MediaMonitor*, retirados da ferramenta MMW/Telereport.

---

Dados da *MediaMonitor*, retirados da ferramenta MMW/Videotrack.

*Publicações periódicas*

*TVGuias*, edições de Janeiro de 1990 a Dezembro de 2005.

Louro, J. S. (2002), *Não Substitem o Serviço Público de TV*, in jornal *Diário de Notícias*, edição de 11 de Maio de 2002.

Moniz, J. E. (1994), in Jornal *Público*, edição de 8 de Abril de 1994.

*Relatórios*

Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão (1996), Relatório Final, Lisboa.

Relatório e Contas – Exercício de 1990 a 2005, Radiotelevisão Portuguesa.