

## Os *media* regionais e locais: políticas e paradoxos

Sandra Marinho

Os textos agrupados neste capítulo procuram dar conta dos principais desenvolvimentos que, no quinquénio 2000-2004, ocorreram nos subsectores da imprensa, rádio e televisão, ao nível local e regional. Embora possamos abordar os *media* locais e regionais (MLR) a partir dos mesmos conceitos, lógicas ou ferramentas adoptadas para os estudar no âmbito nacional, uma opção metodológica viável, a perspectiva destes autores traduz uma outra visão: uma abordagem aos MLR que não resulta de um simples efeito de “zoom geográfico”, mas que atenta na especificidade deste nível de análise, em particular no que o distingue de outros planos, nomeadamente na sua relação com os cidadãos. A partir deste modelo, e dos objectivos que pressupõe, é então possível avaliar as políticas e os seus efeitos, os quais, não raras vezes, se revelam paradoxais.

O modelo a que aludimos está bem expresso no Estatuto da Imprensa Regional, onde se considera que esta “desempenha um papel altamente relevante”, e se especifica, no artigo 2.º, as suas funções:

“a) Promover a informação respeitante às diversas regiões, como parte integrante da informação nacional, nas suas múltiplas facetas; b) Contribuir para o desenvolvimento da cultura e identidade regional através do conhecimento e compreensão do ambiente social, político e económico das regiões e localidades, bem como para a promoção das suas potencialidades de desenvolvimento; c) Assegurar às comunidades regionais e locais o fácil acesso à informação; d) Contribuir para o enriquecimento cultural e informativo das comunidades regionais e locais, bem como para a ocupação dos seus tempos livres; e) Proporcionar aos emigrantes portugueses no estrangeiro informação geral sobre as suas comunidades de origem, fortalecendo os laços entre eles e as respectivas localidades e regiões; f) Favorecer uma visão da problemática regional, integrada no todo nacional e internacional.”

O reconhecimento da importância dos MLR pode deduzir-se ainda de disposições deste e de outros diplomas, sob a forma de obrigações ou incentivos do Estado. O Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão, por exemplo, estabelece que a programação terá de “procurar um equilíbrio (...)

no sentido de corresponder aos usos, tradições e interesses das populações das diferentes regiões do país” [Cláusula 6.<sup>a</sup>, e)]. Também a Lei da Rádio determina, no artigo 11.º: “Tendo em vista assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião, o Estado organiza um sistema de incentivos não discriminatórios de apoio à radiodifusão sonora local, baseado em critérios gerais e objectivos, determinados em lei específica.” O já referido Estatuto da Imprensa Regional consagra os artigos 3.º e 4.º à tipificação dos diversos apoios da administração central e das autarquias locais, os quais, genericamente, se organizam em duas modalidades:

- “3 – Os apoios directos são de natureza não reembolsável, revestindo as formas de subsídios de difusão, de reconversão tecnológica ou de apoios à cooperação e para a formação profissional de jornalistas e outros trabalhadores da imprensa.
- 4 – Os apoios indirectos traduzem-se na comparticipação dos custos de expedição, na bonificação de tarifas dos serviços de telecomunicações ou na comparticipação nas despesas de transporte de jornalistas.”

Para além de ver a sua relevância consagrada no plano legislativo, os MLR podem reclamar um outro tipo de legitimidade, da ordem da tradição, dada por um percurso histórico que remonta à proliferação de órgãos de imprensa, com a Revolução Liberal de 1820, como refere Sousa (2002). Mas a verdade é que o reconhecimento nestes planos – o legislativo e o histórico – não se traduz necessariamente na existência de uma efectiva política para o sector nem garante uma resposta do mercado em moldes que favoreçam o seu desenvolvimento ou o cumprimento dos desígnios dos MLR. Ou seja, há que dar atenção a duas questões fundamentais: haverá correspondência entre o discurso político e a prática? Antes ainda, há um discurso político e estratégico sobre o sector dos MLR? Podemos, aliás, dizer que estas são preocupações comuns aos autores dos textos que integram este capítulo, como veremos mais adiante. Os MLR constituem um nível de análise para os *media*, mas, acima de tudo, porque têm por missão traduzir uma visão particular, presente em alguns dos postulados legislativos que apontámos. Embora haja, naturalmente, uma base geográfica na definição do que se entende por comunicação social e regional, esta não é suficiente para dar conta da complexidade deste conceito. Sousa (2002) defende exactamente este ponto de vista, recorrendo aos conceitos de “jornalismo de proximidade” e de “territorialização”, tal como operacionalizados por Camponez (2002), para definir o que entende por comunicação social regional e local:

“(…) não abarca as comunidades fisicamente desterritorializadas, como aquelas que se formam no ciberespaço ou no mundo global. Pelo contrário (...) tem sempre por referente um território, um espaço físico, uma área geográfica. É aquela que se vincula à realidade regional e local, à vida quotidiana da comunidade onde se

insere, à vida comercial dessa comunidade, à dinamização sociocultural comunitária (...)" (Sousa, 2002: 4).

A partir de uma definição de comunicação social regional e local enquanto "aquela que se estabelece numa comunidade de vizinhos, através de meios de comunicação que lhe são próximos" (Sousa, 2002: 4), poderemos adoptar como uma possível medida<sup>1</sup> de qualidade da comunicação social regional e local, a forma como os MRL cumprem as funções que lhe estariam atribuídas. Sousa (2002) define-as desta maneira, "num tempo de globalização e desterritorialização" (*ibidem*: 5): uma função informativa e utilitária; uma função de produção simbólica e comunitária, favorecendo a integração e a "resistência às pressões globalizadoras", mas também a " projecção do local no global" (*ibidem*: 5); uma função de petição e representação; e, finalmente, um papel de "espaço público polifónico" (*ibidem*: 6), onde competem opiniões e poderes, mas onde também se formam e solidificam consensos. Este é um outro nível de análise no estudo dos MRL, enquanto "operadores" da comunicação social regional e local.

Sistematizando as ideias que desenvolvemos até este ponto, diríamos que: temos *um conceito*, a "comunicação social regional e local", que traduz *um nível de análise no estudo dos media* (a par do nacional ou do transnacional) e *uma relação particular com um público específico*, com características distintivas, as comunidades locais e regionais, relação essa que supõe o cumprimento de *um conjunto de funções e papéis*. Este conceito operacionaliza-se e exerce-se através da actividade dos MRL (imprensa, rádio e televisão). Tomando, assim, os MRL como objecto de análise e a forma como desempenham a sua actividade (por relação com as funções anteriormente referidas) como medida de qualidade da comunicação social regional e local, podemos abordar estas questões a dois níveis, pelo menos. Por um lado, ao nível das políticas para o sector, a partir da actividade legislativa e do discurso político, mas também a partir da tradução prática destas políticas. Por outro lado, ao nível do estudo dos órgãos de comunicação social regionais e locais, nomeadamente da sua programação e da sua estrutura organizacional, mas também da recepção (público, audiência), o que nos permitiria, entre outras coisas, medir indicadores que possam aferir o "grau" de cumprimento dos papéis e funções acima enunciados. Este é, em nossa opinião, um possível modelo para a abordagem desta temática, demasiado complexo para os objectivos que nos propusemos atingir com este capítulo, mas que, na verdade, em alguns aspectos, acaba por recobrir as reflexões de Paulo Ferreira, Rogério Santos e Dora Mota<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Reconhecemos a operacionalidade e vantagens de uma abordagem funcionalista, particularmente no que respeita a investigações empíricas, mas reconhecemos a utilidade de outro tipo de perspectivas.

<sup>2</sup> Esclarecemos que a ordenação dos textos obedeceu a uma "lógica cronológica", relativamente ao aparecimento dos três meios: imprensa, rádio e televisão.

Ao nível das políticas para o sector, podemos deduzir que, na perspectiva destes autores, há uma discrepância entre o discurso político e as decisões políticas (traduzidas na legislação promulgada), e entre estas e a realidade de cada subsector. Embora a comunicação social e local esteja consagrada na legislação, isto não se reflecte ao nível das políticas de comunicação: Paulo Ferreira refere-se às “não-decisões” sobre o subsector da imprensa; Dora Mota afirma que não houve “uma estratégia política consistente para os canais regionais e locais”; e Rogério Santos mostra como, no caso das rádios locais, o facto de haver decisões e legislação não implica que, na prática, haja reais progressos ou um maior dinamismo, havendo, no limite, rádios “que vivem na dependência do Estado (subsídios, publicidade institucional)”. Ou seja, acabamos por ficar perante um conjunto de medidas que mantêm artificialmente sectores, como é o caso da imprensa ou da rádio, ou que procuram colmatar a falta de um real programa político, como no caso da televisão regional e local.

Do lado do mercado, não parece haver evidência de que haja uma estratégia de desenvolvimento como reacção à falta de estratégia política: se do lado da televisão, como esclarece Dora Mota, isto pode ser explicado, em parte, pelo facto de, paradoxalmente, “ao assumir-se como incapaz de investir na regionalização da televisão, o Estado não querer dar ao sector privado a oportunidade de o tentar”, ficando os operadores sem margem de manobra, já em relação à imprensa e rádio a responsabilidade parece estar mais do lado do mercado, leia-se dos jornais e rádios locais. Nesta matéria, Rogério Santos refere “políticas de rivalidades locais” e “a fraca estruturação organizacional” que afectam o panorama das rádios locais e Paulo Ferreira remete para os efeitos de “um modelo proteccionista e amador”.

Estas são, naturalmente, questões que os autores abordam na sua complexidade, cabendo-nos aqui apenas enunciá-las e, na medida do possível, articulá-las.

Se as problemáticas não são lineares, as possíveis “soluções” também não se apresentam fáceis. Um aspecto em comum: nos três casos, deduzimos um papel para o Estado, mas como legislador e impulsionador (e monitorizador) de mudanças, deixando aos órgãos de comunicação a autonomia e responsabilidade de desenvolver e tornar sustentáveis os seus projectos (o que não implica a desresponsabilização do Estado nas matérias que lhe competem, nomeadamente em relação à programação de serviço público). Paulo Ferreira vê o quinquénio como “o mais importante da história do sector”, não tanto pelos resultados que nele se registaram, mas mais pelo ímpeto reformista que parece inaugurar, na direcção de um “modelo liberal, assente no profissionalismo e auto-sustentável”. Rogério Santos defende, entre outras coisas, que “o equilíbrio das rádios passa pela resolução de fragilidades estruturais, com planos de viabilidade económica, como a duração do período de emissão e a admissão de jornalistas”. Dora Mota aponta para uma porta já aberta, com dois cami-

nhos paralelos: a iniciativa da sociedade-civil e a inclusão do tema na agenda política, em moldes (pelo menos aparentemente) mais exequíveis.

Os três textos que propomos partem da análise dos acontecimentos e tendências que se verificaram em cada um dos subsectores no quinquénio 2000-2004, mas parece-nos que procuraram privilegiar linhas de análise diferentes, o que, na nossa opinião, enriquece os seus contributos, já que torna as suas perspectivas de análise complementares. Enquanto Paulo Ferreira e Dora Mota se centram mais numa análise nas decisões (e não-decisões) das políticas para o sector, marcada pela perspectiva da economia política, Rogério Santos, não ignorando esta dimensão, incorpora-a num modelo que privilegia a caracterização dos próprios órgãos de comunicação (neste caso as rádios locais) nas dimensões económica, estrutural e da própria programação.

## **Bibliografia**

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade*. Coimbra: Minerva.

*Contrato de Concessão Geral de Serviço Público de Televisão*

*Estatuto da Imprensa Regional*, Decreto-Lei n.º 106/88, de 31 de Março.

*Lei da Rádio*, Lei n.º 4 de 2001, de 23 de Fevereiro (alterada pelas Leis n.º 33/2003, de 22 de Agosto, e 7/2006, de 3 de Março).

Sousa, J. P. (2002). *Comunicação regional e local na Europa Ocidental*. <http://www.bocceubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.pdf>

## **Imprensa local e regional: à beira do sobressalto? Análise do quinquénio mais importante da história do sector**

Paulo Ferreira

### **1. Introdução**

O quinquénio em análise nesta obra (Janeiro de 2000 a Dezembro de 2004) coincide com um dos períodos mais agitados da história recente da democracia portuguesa. Neste espaço de tempo o país teve três Executivos: o XIV Governo Constitucional, liderado pelo socialista António Guterres (coberto apenas parcialmente pela cronologia); o XV Governo (coligação PSD-CDS/PP), comandado por Durão Barroso; e o XVI (que manteve a coligação), com Santana Lopes à cabeça. Apesar dos solavancos políticos que a situação gerou, este foi aquele que se pode considerar o quinquénio mais importante da história da Imprensa Local e Regional (ILR) desde o 25 de Abril de 1974. Neste período foram tomadas decisões importantes e há muito adiadas. O sector vê,

finalmente, inverter-se a marcha que o conduziu a um estado de letargia nada condizente com a sua real importância.

O objectivo deste texto passa por, aludindo a essas decisões e às condições em que elas foram tomadas, tentar entrever os caminhos que a ILR tem pela frente. Um novo Governo (o XVII Constitucional, liderado pelo socialista José Sócrates) tomou, entretanto, posse. Embora não caiba na cronologia, parece-nos relevante espreitar a sua acção neste campo, para percebermos se a reviravolta ensaiada teve, ou não, continuidade com o actual Executivo socialista.

Daremos um primeiro passo no trabalho olhando, sucintamente, para as actuais características da ILR e para o paradoxo que elas escondem. De seguida, aludiremos aos factos mais relevantes do período, enquadrando-os, sempre que necessário, com o passado recente. Na conclusão procuraremos sublinhar as questões emergentes que esses mesmos factos sugerem, de modo a entendermos se a pergunta que dá título a este texto tem resposta.

## **2. Um retrato e um paradoxo**

Para se perceber a relevância das decisões tomadas neste quinquénio, é necessário olhar para o actual estado da ILR. De que realidade falamos quando nos referimos aos jornais locais e regionais?

Os dados disponíveis no Instituto de Comunicação Social (ICS)<sup>3</sup> mostram o seguinte:

- i) Há 900 títulos de publicações periódicas (a Espanha tem pouco mais de 200);
- ii) O número de jornais diários não ultrapassa os 30;
- iii) A periodicidade mais comum é a mensal, seguida da semanal;
- iv) O conjunto de tiragens médias situa-se perto dos 4500 exemplares. Metade dos jornais com direito a porte pago<sup>4</sup> não vai além dos 2500 exemplares;
- v) Só 8 por cento dos jornais tem tiragens acima dos 10 000 exemplares;
- vi) Só 23 por cento das empresas jornalísticas tem contabilidade organizada;
- vii) Só dez empresas ultrapassam os 500 mil euros de vendas anuais de publicidade.

A estes dados acrescem outros referenciados pelo ex-secretário de Estado com a tutela do sector, Feliciano Barreiras Duarte, aquando da apresentação do docu-

<sup>3</sup> Estes dados foram revelados, em 1999, por Assis Ferreira, então presidente do ICS. A este propósito, ver João Palmeiro, org. (1999), "A imprensa primeiro – contributos para a liderança da imprensa em Portugal", Lisboa: AIND, pp. 187-196

<sup>4</sup> De acordo com os dados do Instituto de Comunicação Social ([www.ics.pt](http://www.ics.pt)), entre 1999 e 2006, tiveram, em média, acesso a este incentivo governamental cerca de 568 jornais

mento que serviu de base à reforma dos *media* regionais a que adiante nos referiremos – uns actualizam os do ICS e outros são novos e relevantes<sup>5</sup>. Assim:

- i) A maioria dos jornais tem uma situação económica débil;
- ii) A tiragem média é de 4 mil exemplares (baixou, portanto, em relação aos dados do ICS acima referidos);
- iii) A periodicidade mais frequente é a mensal (43%), seguida da semanal (30%) e da quinzenal (23%);
- iv) Apenas 15% da tiragem é vendida em banca;
- v) 281 dos títulos que recebem porte pago não têm um único profissional com contrato de trabalho.

Este retrato vai a par com os seguintes factos. Dos 900 títulos, cerca de 645 beneficiam de apoios estatais, única forma de sobreviverem. Entre 1991 e 2006, o Estado gastou mais de 244 milhões de euros só com ajudas ao porte pago. E, entre 1999 a 2004, foram dispendidos quase de 90 milhões de euros em incentivos directos e indirectos ao sector<sup>6</sup>.

Por aqui se vê, claramente, que estamos perante um sector a necessitar de reforma urgente. As causas que permitem explicar o estado actual da ILR são muitas e não cabe aqui discuti-las. Mas basta, por exemplo, ler com atenção os programas dos vários Governos desde 1974 para se perceber que nunca o sector viu a sua importância reconhecida no seio daquilo que foram as políticas de comunicação dos vários Executivos<sup>7</sup>.

Estes factos escondem, contudo, um enorme paradoxo. É que os três primeiros estudos de opinião feitos (precisamente no quinquénio aqui em análise) sobre a ILR espelham bem a importância do sector.

O que dizem, sucintamente, esses estudos?

O primeiro, realizado em 2000 pelo Instituto de Pesquisa e Opinião de Mercado (IPOM)<sup>8</sup>, mostra que 1600 dos 2859 entrevistados liam, na altura do trabalho, mais jornais regionais que nacionais. Isto é: cerca de 56 por cento da amostra então escolhida optava por ler notícias de âmbito regional em detrimento das de âmbito nacional.

Em Outubro de 2003 ficaram a conhecer-se as conclusões de um outro estudo sobre a imprensa regional, este da Marktest<sup>9</sup>. Mais de metade (55,9 por cento)

<sup>5</sup> Ver, a este propósito: “XV Governo Constitucional – Reforma da Comunicação Social Regional e Local”, disponível em [www.portugal.gov.pt](http://www.portugal.gov.pt)

<sup>6</sup> Informação disponível no *site* do Instituto de Comunicação Social ([www.ics.pt](http://www.ics.pt))

<sup>7</sup> Em rigor, as decisões tomadas sobre o sector são tão poucas que a análise deve ser feita pelo prisma das não-decisões, no sentido que lhes é atribuído por Steven Lukes (ver, a este propósito: Steven Lukes (1974), “Power: A Radical View”, Londres: MacMilan Press)

<sup>8</sup> “A imprensa regional em Portugal – elementos para a gestão estratégica e planeamento publicitário”. O trabalho foi feito a pedido da Associação de Imprensa Não Diária (AIND) – agora apenas Associação Portuguesa de Imprensa – e subsidiado pela secretaria de Estado da Comunicação Social. O IPOM estava à altura devidamente credenciado junto da Alta Autoridade para a Comunicação Social.

<sup>9</sup> “Bareme Imprensa Regional”, promovido pela Marktest e pela AIND. A amostra tem por base mais de 15 mil entrevistas. Só foram tidos em consideração jornais com periodicidade máxima quinzenal e com mais de

dos inquiridos referiu ler ou folhear jornais regionais, sendo que os semanários são os títulos mais procurados (23,1 por cento dos leitores prefere semanários nacionais, mas 31,6 por cento opta por ler os semanários regionais). Ainda assim, o número de pessoas que têm algum tipo de contacto com os jornais nacionais ditos de informação geral (64,7 por cento) é superior aos leitores que contactam com a imprensa regional (50,9 por cento).

Publicada em Outubro de 2004, a segunda vaga da Bareme da Marktest<sup>10</sup> sobre a ILR veio confirmar estes valores: 51% dos portugueses afirma ler jornais regionais. E cerca de 40% do universo analisado (mais de 8.300 indivíduos) lê, simultaneamente, jornais nacionais e títulos de cariz regional. Para alguns distritos, os hábitos de leitura de imprensa regional encontrados estão mesmo acima da média. São os casos de Coimbra (75,8%) e Castelo Branco (75%). Porto e Lisboa estão entre os distritos de menor consumo deste tipo de publicações. Os estudos seguintes mantêm, com pequenas oscilações, estas tendências.

### **3. Os factos mais relevantes do período**

A primeira tentativa de “mexer” no sector foi feita por Arons de Carvalho, secretário de Estado com a tutela da Comunicação Social no XIII Governo Constitucional, liderado por António Guterres (PS). Arons quis alterar as regras do porte pago, uma vez que, tal como estava, ele permitia que os jornais tivessem tiragens sem qualquer correspondência com o seu conjunto real de leitores. Uma vez que o custo da distribuição via CTT era maioritariamente assumido pelo Estado, os proprietários das publicações aproveitavam para apresentar elevadas tiragens junto de potenciais anunciantes... A tentativa saiu gorada, desde logo porque, sendo o Governo minoritário, Arons de Carvalho não conseguiu apoio parlamentar para fazer vingar a ideia.

Com a conquista, nas legislativas de 1999, de 115 deputados (no limiar da maioria absoluta), o PS passou a ter outras condições para fazer aprovar diplomas na Assembleia da República. Sabendo disso, Arons de Carvalho retomou a batalha. Percorreu o país de lés a lés, falou com todas as associações do sector em busca de apoios, tentou sensibilizar outra vez alguns partidos da oposição, escreveu a todos os directores dos órgãos de comunicação social regional e local, explicou as suas razões na imprensa nacional e nalguns *media* locais e regionais. Apesar disso, a medida governamental provocou fragorosos protestos vindos de praticamente todas as associações ligadas à ILR<sup>11</sup>. Com o apoio do Bloco de Esquerda, as alterações haveriam, porém, de passar na Assembleia da República, dando origem ao Decreto-Lei 56/2001, que impunha pequenas restrições às ajudas dadas ao porte pago.

cinco referências espontâneas durante o estudo-piloto. Por outro lado, não foram contemplados os jornais de distribuição gratuita.

<sup>10</sup> Estudo disponível em [www.marktest.pt](http://www.marktest.pt)

<sup>11</sup> A Associação de Imprensa Não Diária foi a única que concordou com a medida, tendo mesmo participado activamente na feitura do esqueleto do Decreto-Lei em causa.



A medida foi, contudo, escassa. O próprio Arons de Carvalho haveria de reconhecer, mais tarde isso mesmo.

“Os dados mais recentes dos CTT demonstram que o número de exemplares distribuídos baixou pouco, se os compararmos com os anteriores à entrada em vigor da lei. A quebra de tráfego postal de jornais regionais, de acordo com os dados dos CTT, limitou-se a cerca de 15% entre Janeiro e Fevereiro de 2001 e idênticos meses de 2002, o que revela que nem mesmo o fim do período transitório, que decorrera desde Março até ao fim do ano, provocou qualquer diminuição significativa no número de jornais ou mesmo na circulação”<sup>12</sup>.

Apesar do assumido fracasso (prova eficaz de que uma medida não faz uma política), a iniciativa teve, contudo, uma enorme virtude. O primeiro passo para desbravar o caminho estava dado.

Os dois Executivos seguintes não só não abandonaram a medida do Governo socialista, como a aprofundaram<sup>13</sup>. De tal forma que, no início de 2005, foram publicados três diplomas onde, pela primeira vez, se pode vislumbrar o esboço de uma política integrada para a ILR. Não se trata, seguramente, de uma panaceia, mas trata-se de um modelo que, tendo como princípio o afastamento progressivo do Estado, responde a algumas das questões mais prementes do sector. A ideia central é esta: nos próximos três anos, o Estado propõe-se combater a pulverização do sector. Como? Reduzindo as ajudas ao porte pago (os corte são feitos, paulatinamente, até 2007, estabilizando a partir daí num nível de comparticipação estatal que será, em média, de 50%), reestruturando os outros incentivos tendo por base a responsabilização dos jornais, apoiando a contratação de profissionais<sup>14</sup>, diferenciando os apoios para jornais locais e regionais, entre outras coisas<sup>15</sup>.

(Não deixa de ser curioso o facto de esta decisão se traduzir numa espécie de alteração do curso da história recente das políticas da comunicação em Portugal. De facto, as reformas estruturais no sector televisivo, radiofónico e na imprensa foram realizadas nos Governos de Cavaco Silva, tendo o PS apanhado esse trabalho já feito<sup>16</sup>. Ora, neste caso, sendo embora verdade que os

<sup>12</sup> Alberto Arons de Carvalho (2002), “Valerá a pena desmenti-los?”, Coimbra: Minerva.

<sup>13</sup> Não deixa de ser curioso lembrar que, quando Arons de Carvalho decidiu avançar com os cortes no porte pago, a bancada parlamentar do PSD se opôs com veemência à medida, o que se pode verificar, desde logo, na troca de correspondência parlamentar entre os dois partidos a propósito desta matéria.

<sup>14</sup> O objectivo de partida é ambicioso: colocar 400 jovens jornalistas nos distritos do Interior. Ver: “Imprensa: Governo satisfeito com adesão dos jornais à reforma do porte pago”. Despacho da Agência Lusa de 2/07/2004.

<sup>15</sup> Para mais informação consultar: Decreto-Lei n.º 7/2005, de 6 de Janeiro, relativo ao Sistema de Incentivos do Estado à Comunicação Social; Portaria n.º 158/2005, de 9 de Fevereiro, relativa ao Programa de Emprego para a Comunicação Social Regional e Local; e Decreto-Lei n.º 6/2005, de 6 de Janeiro, relativo ao novo Regime de Porte Pago.

<sup>16</sup> Ver, a este propósito: Helena Sousa (2001), “Políticas da comunicação em Portugal”, comunicação apresentada no Congresso Ibérico de Comunicação, Málaga; e Manuel Pinto et al (2000), “A comunicação e os *media* em Portugal (1995-1999), cronologia e leituras de tendências”, Braga: Edição do Departamento de

passos dados por Arons de Carvalho não resultaram numa reforma *tout court*, não é menos verdade que a sua iniciativa abriu a porta a essa mesma reforma. Basta constatar que o trabalho levado a cabo por Barreiras Duarte não sofreu, muito longe disso, a mesma contestação que o feito pelo seu antecessor. Talvez porque os actores do sector estavam muito mais conscientes da necessidade da mudança. A tomada de decisões foi, por isso, bem mais simples.)

Além deste verdadeiro início de reforma no sector e dos primeiros estudos sobre a ILR já referidos acima, há outros factos que se incluem no período 2000 -2004 dignos de nota. Olhemos para eles telegraficamente:

- A entrada do grupo espanhol Prensa Ibérica (detentor de títulos como o Faro de Vigo) nos diários *O Comércio do Porto* e *A Capital* (que entretanto adquiriu o estatuto de jornal regional)<sup>17</sup>;
- O investimento publicitário institucional caiu 67% entre 2003 e 2004, mas o investimento publicitário em diários e semanários regionais subiu 16%<sup>18</sup>;
- Surgiram 16 novas publicações, sendo cinco delas *on-line*;
- Foi criada a Intermeios, uma agência de comunicação social regional com 150 jornalistas espalhados por todo o País;
- Três publicações encerraram neste período;
- O *Jornal de Notícias* e o *Público* passaram a diferenciar as suas edições para as regiões Centro e Minho, procurando, assim, captar mais leitores regionais e locais. O *Público* já abandonou, entretanto, a edição Minho<sup>19</sup>;
- Registou-se um julgamento por alegada burla na utilização do porte pago;
- O penúltimo Governo lançou um inquérito aos meios locais para avaliar a percepção que os seus proprietários têm relativamente à ILR<sup>20</sup>;
- O semanário *Expresso* associou-se a 17 jornais regionais para formar a “Rede *Expresso*”<sup>21</sup>;
- Os temas ligados à ILR tiveram muito pouca visibilidade nos grandes meios de Comunicação Social. Do total de referências incluídas na cronologia que acompanha este livro, só perto de 3% dão notícias do sector<sup>22</sup>.

Ciências da Comunicação da Universidade do Minho.

<sup>17</sup> A experiência saiu gorada e o grupo acabou por abandonar os dois títulos, que desapareceram do mercado.

<sup>18</sup> “Anuário da Comunicação 2003/2004 – breve análise ao sector imprensa regional”, disponível em [www.obercom.pt](http://www.obercom.pt)

<sup>19</sup> Abandonaria mais tarde a edição Centro. Em 2007, foi a vez do *JN* juntar o Centro e o Sul, passando a ter apenas três edições: Porto, Norte e justamente a que une o Centro e o Sul, não nomeada na capa do diário.

<sup>20</sup> Os resultados são relevantes. A grande maioria (75% de 450 respostas obtidas) apontam “o excesso de títulos, a deficiente classificação, a debilidade financeira e, paradoxalmente ou não, a gestão amadora e a falta de apoios do Estado como os problemas mais graves do sector”, refere Paulo Faustino. Ver, a este propósito: Paulo Faustino (2004), “A imprensa em Portugal: transformações e tendências”, Lisboa: Media XXI.

<sup>21</sup> A ideia é formar uma plataforma em que se trocam conteúdos e serviços.

<sup>22</sup> O mesmo tinha acontecido, de resto, com a cronologia que vai de 1995 a 1999, onde só cerca de 4% das referências dizem respeito à comunicação social regional e local. Ver: Manuel Pinto *et al.* (2000), “A comunicação e os *media* em Portugal (1995-1999), cronologia e leituras de tendências”, Braga: Edição do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho.

#### 4. Conclusão

Ao longo do texto procurámos mostrar que o período em análise foi o mais relevante da história recente da ILR desde 1974. A alusão aos factos que o marcaram permite concluir que, pela primeira vez, o sector foi incluído nas linhas mestras das políticas de comunicação em Portugal. Até ao primeiro Governo socialista de António Guterres passou, na verdade, completamente ao lado dos momentos-chave dessas políticas.

Esta nova realidade levanta, porém, algumas questões. E a primeira tem a ver com a circunstância de um novo Governo ter sido eleito. Nas Bases Programáticas apresentadas ao eleitorado, antes de José Sócrates vencer as legislativas de 2005, no capítulo dedicado à Comunicação Social, o PS prometia “fortalecer o tecido empresarial da comunicação social, designadamente nos planos local e regional”. Era pouco para se poder aferir das futuras intenções do Governo. O futuro viria a mostrar que o caminho encetado por Arons de Carvalho e depois cimentado por Feliciano Barreiras Duarte não tem (aparentemente) volta. O Governo não apenas manteve o sentido da política definida pelos antecessores como promoveu alterações que acentua a criação de um novo modelo para a ILR. O ponto mais sintomático passa pelos cortes no porte pago. Em 2007, o Governo custeia 60% das expedições, reduzindo o valor para 50% em 2008 e para 40% em 2009<sup>23</sup>.

A continuidade do modelo herdado permite, de facto, falar num primeiro grande sobressalto na ILR portuguesa. O que se espera é que as mudanças determinem uma reconfiguração acentuada no campo dos *media* regionais. Essa reconfiguração tem vantagens, mas também levanta problemas. Parece provável, por exemplo, que o modelo levará à extinção dos jornais que não consigam reestruturar-se, que não consigam ganhar dimensão e que não consigam reposicionar-se no mercado. O caminho está aberto para que sobreviva mais facilmente quem o mercado decidir manter naturalmente – e não quem o Estado decida segurar artificialmente. A questão está em saber se, nas zonas mais desfavorecidas do País, o mercado (publicitário e de leitores) chega para manter pelo menos um ou dois títulos.

Em 2003, o ex-secretário de Estado prognosticou o desaparecimento de metade dos 900 títulos por via dos cortes no porte pago. Mais tarde, contudo, baixou a fasquia para entre 50 e 100. A discrepância parece mostrar que a extensão dos efeitos das mudanças não está devidamente avaliada. Será necessário aguardar mais algum tempo para verificar os efeitos das novas políticas.

Resta igualmente saber de que forma monitorizará o actual Governo a transição de um modelo proteccionista e amador para um modelo liberal, assente no profissionalismo e auto-sustentável.

<sup>23</sup> Não cabe aqui uma análise mais aprofundada à política do actual Governo para o sector. Ela pode ser avaliada através da leitura dos seguintes documentos: Decreto Lei n.º 98/2007, de 2 de Abril e Decreto-Lei n.º 43/2006, de 24 de Fevereiro, ambos disponíveis a partir do *site* [www.ics.pt](http://www.ics.pt)

Da mesma forma, pode colocar-se a breve prazo na ILR o problema da concentração excessiva de títulos ou de vários suportes numa só empresa. Sendo certo que, em muitos casos, essa pode ser a melhor saída, quais são os limites? Os mesmos que se devem aplicar aos *media* de expansão nacional? Uma coisa parece certa: sem definirem estratégias de fidelização de públicos (jogando aqui o marketing um papel importante), sem optarem por uma gestão cada vez mais empresarial dos seus projectos, sem procurarem perceber que tipo de sinergias (tendencialmente de carácter regional) se podem estabelecer com outros suportes, os jornais locais e regionais continuarão com o futuro ameaçado. E, sobretudo, não desempenharão um papel fulcral: funcionar como uma espécie de elo unificador das comunidades locais e regionais, hoje cada vez mais fragmentadas por via dos efeitos da globalização.

## **Rádios locais em Portugal, 2000-2004**

Rogério Santos

### **1. Situação legislativa, económica, laboral e tecnológica das rádios locais**

Se a lei 130/97, de 27 de Maio, estipulou a obrigatoriedade de emissão de um mínimo de seis horas de programação própria para as rádios locais e dez para as regionais (Gabinete do Secretário de Estado, 1999: 70), com três serviços noticiosos, a lei da rádio 4/2001, de 23 de Fevereiro, aprofundou algumas dessas linhas de actuação. Alargou-se a obrigatoriedade de emissão para 24 horas diárias e o mínimo de oito horas de programação própria. Concentração, pluralismo político, social e cultural, incentivos do Estado foram outros temas integrados na legislação. Viabilizar-se-ia ainda a constituição de rádios temáticas, a partir de um mínimo de duas frequências para rádios generalistas num concelho. Em 1997, o Governo alargou o sistema de incentivos do Estado, revistos no decreto-lei 56/2001, englobando inovação, qualificação de recursos humanos, criação de conteúdos na internet e modernização tecnológica. A década de 1990 representou a consolidação de muitos projectos (Bonixe, 2003: 91). Vários grupos de *media* interessaram-se, a nível nacional (Media Capital) e à escala regional. Seria o caso da cadeia de informação regional, que agregou oito rádios dos distritos de Bragança e Vila Real (1997), enquanto algumas rádios locais do Baixo Alentejo colaborariam em termos de cobertura noticiosa dos eventos. Em 1999, um estudo da Marktest indicou que as rádios locais lideravam audiências em 68 concelhos, a seguir à Rádio Renascença. Contudo, detectam-se elementos frágeis, caso da relação entre rádios locais das grandes cidades e rádios de província. De 74 rádios inquiridas em estudo

do Obercom (2000: 304-328), 15 facturariam de €100 mil a €150 mil em 1999, ao passo que outras 14 receberiam apenas entre €5 mil e €10 mil. Outro elemento prende-se com a publicidade local, base de financiamento das rádios. Entre 1999 e 2000, as receitas de publicidade subiram ligeiramente nas rádios locais (3%). Nos anos seguintes, baixaram cerca de 20% no total dos investimentos publicitários, recuperando ligeiramente em 2004 (José Faustino, entrevista ao autor). Com a crise do começo da presente década, surgiu uma baixa de investimentos publicitários, com redução do custo dos blocos de publicidade, passando de €30 por 30 segundos no começo dos anos 1990 a €12,5 dez anos depois (Azinheira, 2002), acarretando problemas de solvência.

Ao longo dos anos, surgiram notícias sobre a precariedade de funcionamento económico das rádios locais, como a Rádio Voxx e Luna (desaparecidas em 2004). Falta de pagamentos, com despedimentos na Rádio Botaréu (Águeda), em 2003 (*Correio da Manhã*, 15 de Novembro de 2003), e na Rádio Azul (Setúbal) (*Diário de Notícias*, 2 de Julho de 2004), preencheram as páginas dos jornais. Apareceram também suspeitas de irregularidades: gestão por entidades diferentes das atribuídas em alvará (*Público*, 17 de Dezembro de 2001) e falta de produção (*Público*, 19 de Junho de 2000) e de noticiários locais. Outras dificuldades detectadas em inquérito conduzido pela Secretaria de Estado da tutela em 2003 seriam angariação de publicidade, recursos humanos e excesso de concorrência (Duarte, 2005: 82).

Em média, cada emissora possui cinco colaboradores. Bonixe (2003) analisou quatro redacções empregando doze redactores (onze com carteira profissional de jornalistas e cinco licenciados em comunicação). O ordenado médio dos jornalistas situa-se entre o salário mínimo nacional e os €498,80, embora uma das rádios pagasse salários entre €498,80 e €748,20. No começo de 2005, uma rádio da Figueira da Foz pagava €750 ao director de programas, também animador, e aos restantes colaboradores, incluindo o responsável comercial, de €350 a €400 (redactor em entrevista ao autor). Os constantes défices financeiros da estação cobriam-se com ajudas municipais ou de departamentos estatais.

Quanto a tecnologias, em começos de 2004, havia 115 estações com sítio na internet (Duarte, 2005: 64) e mais de 50 a emitirem via internet.

## **2. Programação e notícias nas rádios locais**

As rádios locais dividem-se em temáticas e generalistas, estas últimas com programação variada destinada ao conjunto de públicos que a ouvem. Há, porém, uma tendência para a rádio popular, orientada para níveis etários mais velhos, tocando música portuguesa e com alguma interacção com os ouvintes, num reflexo de rádio de proximidade (José Faustino, entrevista ao autor).

Há quatro perfis de audiência: urbana, popular, jovem e mista (Servirádio, 2004), conforme se pode ler no Quadro 1, resultado de um inquérito a 132 rádios, e comparável ao estudo desenvolvido por Bonixe (2003).

Quadro 1

Perfil	Urbana	Popular	Jovem	Mista
<b>Definição</b>	Programação cuidada, com segmentação do público-alvo pelos quadros médios	Programação comercial, tentando abranger grande número de ouvintes e fazendo uma programação variável	Programação direccionada para público jovem, com formatos inovadores que captam o interesse desse escalão etário	Programação mista relativamente aos perfis anteriores e com horários diferentes para o s diversos públicos
<b>Auditório-alvo</b>	Escalão 25-44 anos. Classes média e alta	Escalão 35-54 anos. Classes média e baixa	Escalão 15-34 anos. Classes média e baixa	Escalão 25-44 anos. Classes baixa e alta
<b>Informação</b>	Local e regional (73%), nacional (23%) e internacional (4%)	Local e regional (69%), nacional (25%) e internacional (6%)	Local e regional (32%), nacional (58%) e internacional (10%)	Local e regional (75%), nacional (22%) e internacional (3%)
<b>Música</b>	Portuguesa (42%) e estrangeira (58%)	Portuguesa (72%) e estrangeira (28%)	Portuguesa (30%) e estrangeira (70%)	Portuguesa (55%) e estrangeira (45%)
<b>Quantidade de rádios por perfil</b>	35	47	3	47

Fonte: Servirádio (2004: 7-10). Os dados foram obtidos através de questionário a 132 rádios realizado em Setembro/Octubre 2003.

No caso das rádios jovens é fácil ver melhor o seu perfil: passam música moderna internacional e nacional e chegam a ter programas sobre música de garagem, onde aproveitam maquetas de qualidade caseira e com capa mal impressa de bandas que se serviram de facilidades da internet e do incentivo de editoras independentes (*Público*, 20 de Setembro de 2003).

A definição da Servirádio (2004) adapta-se à classificação de três rádios locais de Viseu feita por Correia (2004): se a Rádio Clube do Interior (RCI) aposta na música popular, a Rádio NOAR realça os noticiários e a Rádio Viriato tem uma programação mista, com música comercial ou alternativa em horários distintos. Um tipo conhecido de rádio orientada para públicos populares tem sido a Rádio Festival (Porto), com presença constante de artistas populares em festas ao vivo (Azinheira, 2002).

Na sua investigação, Bonixe (2003) estudou os noticiários de quatro rádios locais da península de Setúbal. Com base em 385 noticiários, correspondendo a 1962 notícias, classificou as notícias em dois tipos, local e não local, concluindo pela duração média de cada noticiário entre seis minutos (Rádio

Popular FM) e 2,2 minutos (Voz de Almada). Por exemplo, a Rádio Santiago edita as notícias não de acordo com a sua importância mas em função de secções temáticas. Predominam as notícias não locais sobre as locais e os blocos transmitidos ao fim da tarde têm maior contextualização.

O discurso informativo aproxima-se da agenda dos *media* nacionais, apesar do tratamento mais profundo às informações locais, que abrem normalmente os noticiários (Bonix, 2003: 155-163). Verifica-se o recurso frequente das elites da comunidade local em detrimento das populações locais. O desporto ocupa um lugar central na informação, seguido de espectáculos e actividades camarárias. Isso é visível na programação de algumas rádios, caso da Rádio Cova da Beira, com um bloco informativo diário sobre desporto, matéria ainda desenvolvida em três programas semanais e acompanhamento de relatos de futebol dos clubes do distrito (APR, 2003: 16). Também o futebol constituiu um eixo central na programação da Rádio Nova Antena (Odivelas): começou por transmitir as deslocações do Benfica, Sporting e selecção nacional, mas passou a fazer apenas as de dois clubes locais, por questões económicas (*Diário de Notícias*, 20 de Dezembro de 2004).

### **3. Estruturas organizativas e das rádios**

O estudo de João Correia (2004) revela a estrutura de três rádios locais de Viseu, com trajectórias distintas e que ilustram o que se passou no país. Durante a década de 1990, a geração dos pioneiros cedeu lugar a equipas e empresas que introduziram estruturas e objectivos económicos. A Rádio Clube do Interior (RCI) foi comprada, em 1996, por Anacleto Raimundo e desdobrada em duas empresas: RCI – Raimundo Comunicação Independente, gerindo a estação, e Emissora Regional de Viseu RCI, com responsabilidades comerciais. A NOAR, também objecto de trespasse, pertenceria a uma entidade detentora de outras duas rádios locais: Rádio F e Rádio Sátão (Correia, 2004: 80). Embora com programação própria, as três estações têm um horário comum, rede que se estende a outra emissora, a Rádio Fronteira (Vilar Formoso), com a TSF a assegurar os noticiários nacionais. Finalmente, a Rádio Viriato pertence ao proprietário dos jornais *Notícias de Viseu* e *Diário de Viseu* (grupo Nodigráfica), funcionando os diversos meios num mesmo edifício.

A ligação das rádios locais a grupos empresariais está presente na Rádio Ocidente, de Sintra, que pertence ao grupo editorial do semanário regional *A Pena*, partilhando a mesma redacção (*Público*, 26 de Agosto de 2002). Acontece o mesmo à Rádio Altitude, da Guarda, propriedade da Joalto, grupo de transportes rodoviários.

As rádios locais estão integradas em duas associações. Uma, a Associação Portuguesa de Radiodifusão (APR), nasceu em 1987. Na década de 1990, a APR editou semanalmente um boletim informativo e uma cassette de 60 minutos, desti-

nados a uso dos sócios, assim como formação. Para além da organização de nove congressos nacionais, a APR encontra-se envolvida no projecto ROLI – Rádio *On-Line*. A outra associação é a ARIC, de tendência cristã, criada em Maio de 1991 por 29 rádios. No presente, 70 emissoras pertencem à associação.

#### 4. Audiências

No começo de 2003, a Marktest procedeu a um aumento da amostra da Bareme-Rádio, passando para 6006 entrevistas por vaga (858 em cada dia da semana). No Quadro 2, juntamos o *share* de audiência num conjunto de rádios locais por seis regiões (não incluímos a região Sul no Quadro).

Quadro 2

Região	Share 2003	Share 2004	Líder na região
<b>Grande Lisboa</b>			Renascença (17,7%)
Orbital	2,3	3,0	
Capital	1,6	1,6	
Oxigénio	0,7	0,8	
Radar		0,7	
Mix	0,8	0,6	
<b>Grande Porto</b>			RFM (22,5%)
Festival	6,0	8,6	
Nova Era	7,2	7,9	
Clube de Matosinhos	3,5	2,5	
<b>Litoral Norte</b>			RFM (24,0%)
Santiago (Guimarães)	2,9	3,3	
Voz de Santo Tirso	2,0	2,2	
Nova Era	1,9	1,7	
<b>Litoral Centro</b>			RFM (23,1%)
Orbital	1,7	1,6	
94 FM	1,8	1,4	
<b>Interior Norte</b>			RFM (26,1%)
Marcoense FM	2,3	2,5	
Nova Era	1,5	1,7	
Emissora das Beiras		0,9	

Fonte: Bareme-Rádio da Marktest. O processo de recolha de dados da Marktest é feito através de entrevistas telefónicas: Grande Lisboa (1573), Grande Porto (939), Litoral Norte (975), Litoral Centro (820), Interior Norte (1120) e Sul (579), totalizando 6006 (agradeço à Marktest a gentileza no fornecimento desta informação). Define-se *share de audiência* pela percentagem de tempo despendido, por um conjunto de indivíduos, na escuta de uma estação, relativamente ao tempo total de audição de rádio, num dado período.



Interpretando o Quadro, conclui-se haver valores elevados em rádios locais do Grande Porto (Festival, Nova Era), relativamente elevados no Litoral Norte e Interior Norte e dispersão de audiências na Grande Lisboa (Oxigénio, Radar e Mix com valores muito próximos). Claro que altas audiências despertam mais interesses publicitários, caso da Festival (Porto).

Ainda em 2003, seria aprovado pelo Parlamento a introdução de quotas mínimas de difusão de música portuguesa na rádio (*Público*, 26 de Setembro de 2003), de modo a satisfazer a procura das audiências.

## 5. Conclusões

Financeiramente escasso, o mercado publicitário nacional é incapaz de viabilizar todos os 354 projectos de rádio, evidenciado em concelhos de baixa densidade populacional. Poucas rádios formam associações e tentam fundir projectos, preferindo políticas de rivalidades locais. As únicas cadeias de rádio sobrepuseram o plano geográfico e o plano económico, retirando a característica de proximidade das rádios através de ligações nacionais (noticiários da TSF, programação da Capital). Isto significa uma primeira conclusão: falta de economia de escala nas rádios locais, identificável nas queixas das rádios, que vivem na dependência do Estado (subsídios, publicidade institucional).

A fraca estruturação organizacional nota-se na facturação (algumas rádios atingem €10 mil por ano, o que dá uma média mensal de pouco mais de €800, insuficiente para pagar um colaborador a tempo inteiro, sem contar com instalações, electricidade e discos) e no número médio de colaboradores (cinco por estação, equivalente a um mínimo de três a quatro animadores para todo o dia de emissão e fim-de-semana, para além de um técnico ou jornalista). A falta de quadros (programadores, jornalistas) traduz-se em programação fácil e indiferenciada. Há mesmo mimetismo na programação entre rádios nacionais, como a Rádio Comercial, e rádios locais, caso das *playlists*.

Há um claro desequilíbrio nas rádios locais, em especial quando se analisam em termos de região. No estudo de audiências da Marktest (Quadro 2), não há qualquer rádio local do Sul capaz de nele constar. O que se repercute em poucos investimentos publicitários nessas regiões. Por exemplo, durante muito tempo, houve frequências em Portalegre disponíveis sem qualquer entidade a candidatar-se a elas.

Outra conclusão é a não passagem regular de música portuguesa, nomeadamente discos e estéticas recentes, o que inibe o crescimento da indústria fonográfica. A discussão pública e a legislação são insuficientes, pois o entendimento das quotas de música nacional pode levar uma rádio a passar discos portugueses em horários de fraca audiência, apenas para cumprir a imposição legal.

Quanto ao lado político, no final dos anos de 1990, o Governo decidiu parâmetros como o funcionamento das rádios durante as 24 horas por dia e obri-

gatoriedade de um mínimo de noticiários, mas as propostas governamentais nos últimos três anos apontariam para a sua liberalização (embora não executadas). O equilíbrio das rádios passa pela resolução de fragilidades estruturais, com planos de viabilidade económica como a duração do período de emissão e a admissão de jornalistas. Outra questão é a legislação sobre a concentração, em que há necessidade de controlar o máximo de frequências detidas por um só proprietário.

## **Bibliografia**

- APR (2003). *Congresso Nacional de Radiodifusão*. Castelo Branco: Associação Portuguesa de Radiodifusão.
- Azinhiera, Nuno (2002). "Rádios locais, sem complexos e sem dinheiro". *Público*, 26 de Agosto.
- Bonixe, Luís (2003). *As rádios locais em Portugal: informação e função social. Uma análise dos noticiários das rádios do distrito de Setúbal*. Tese de mestrado defendida na Universidade Nova de Lisboa.
- Correia, João (2004). *A convergência das novas tecnologias para o reforço do interesse e utilidade pública das rádios locais*. Tese de mestrado defendida na Universidade de Coimbra.
- Duarte, Feliciano Duarte (2005). *Informação de proximidade. Jornais e rádios*. Lisboa: Âncora Editora.
- Gabinete do Secretário de Estado da Comunicação Social (1999). *Legislação da Comunicação Social*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.
- Lei da rádio n.º 4/2001 (de 23 de Fevereiro) ([http://www.aacs.pt/legislacao/lei\\_4\\_2001.htm](http://www.aacs.pt/legislacao/lei_4_2001.htm), acedida a 11 de Fevereiro de 2005).
- Markttest (2004). Bareme-Rádio.
- Obercom (2000). *Anuário Comunicação 2000-2001*. Lisboa: Observatório da Comunicação.
- Servirádio (2004). *Rádio de proximidade, um investimento de qualidade*. Lisboa: Associação Portuguesa de Radiodifusão.

## **Outros elementos de apoio ao texto**

Entrevista a José Faustino (APR), concedida em 27 de Janeiro de 2005.

Entrevista a redactor de estação da Figueira da Foz, concedida em 26 de Fevereiro de 2005.

## **A televisão regional e local na periferia das políticas de comunicação**

Dora Mota

### **1. Introdução**

No período de cinco anos que analisamos neste trabalho, dois canais de vocação regional surgiram em Portugal, direccionados para as maiores áreas metropolitanas do país. Todavia, tal não traduziu um avanço real das políticas de comunicação para um sector que sempre foi ultraperiférico no rol de prioridades dos Governos dos últimos vinte anos. Os canais em questão – o CNL, em Lisboa, e a NTV, no Porto – foram mais apostas comerciais (ambas falhadas) do principal operador de telecomunicações português, fortemente condicionado pelo Estado, do que expressão de uma filosofia de comunicação de proximidade.

A revisão da Lei da Televisão, em 2003, não foi pretexto para uma regulamentação efectiva da televisão regional e local, mantendo-se a restrição prática do seu exercício. Sendo esta uma questão ainda por resolver, analisaremos, sempre que necessário, os principais momentos do quinquénio à luz de acontecimentos de anos anteriores. Não tendo havido uma estratégia política consistente para os canais regionais e locais entre 2000 e 2004, houve, todavia, um longo debate sobre a descentralização das emissões nacionais, suspensas pela estação concessionária do serviço público como forma de reduzir o défice orçamental.

Sendo uma não decisão também uma forma de decidir, começaremos por analisar o período à luz da sua herança, em termos de políticas para a televisão regional e local. Em seguida, faremos um resumo da história da criação e extinção dos canais regionais de Lisboa e do Porto e dos factos mais relevantes do processo de desinvestimento público nas emissões regionais. Por fim, veremos em que condições a televisão regional e local enfrenta o futuro, num contexto de igual desinteresse político, mas de condições tecnológicas ampliadas.

### **2. A televisão adiada**

O enquadramento legal dos canais regionais e locais não tem sido, nos últimos vinte anos, uma prioridade em termos de políticas da comunicação em Portugal, cuja tendência foi a de resolver atrasos estruturais do sector. A abertura do mercado aos operadores privados, a introdução do cabo e dos canais temáticos foi matéria suficiente para alhear os legisladores da pressão dos canais-pirata e dos seus defensores<sup>24</sup>. Canais regionais e locais-pirata emer-

<sup>24</sup> Ver Mesquita, M. (1994) 'Os Meios de Comunicação Social' in Reis, A. (coord) (1994) *Portugal, 20 Anos de Democracia*, Círculo de Leitores, pp. 360-396; Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão (1996), *Relatório Final*, Lisboa: Presidência do Conselho de Ministros; Sousa, H. (2000) 'Políticas da comunicação: reformas e continuidades' in Pinto, M. et al. (2000) *A Comunicação e os Media em Portugal (1995-1999). Cronologia e leitura de tendências*, Braga: Departamento de Ciências da Comunicação, Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, pp. 31-51.

giram em várias localidades a partir de meados dos anos oitenta, seguindo o exemplo de países como Espanha, mas o fenómeno não foi suficiente para inspirar políticas consistentes<sup>25</sup>.

Foi em 1990, durante o segundo Governo de Cavaco Silva (1987-1991), que a lei reconheceu pela primeira vez a possibilidade abstracta da criação de canais regionais, deixando claro que as licenças para canais de âmbito nacional eram prioritárias. Nos quatro períodos legislativos seguintes, a Lei da Televisão foi alvo de duas revisões – uma durante o exercício do Governo de António Guterres (1995-1999), em 1998, e outra durante o segundo mandato de Durão Barroso (2002-2004), no ano de 2003. Em todos esses momentos, a regulamentação específica dos canais de televisão regionais e locais foi remetida para diplomas ulteriores que nunca chegaram a ser criados (só em 2007 o Governo socialista fará uma declaração de intenções nesse sentido<sup>26</sup>).

Nos meses anteriores ao referendo sobre a regionalização administrativa, em 1998, as expectativas eram enormes – em grande parte, alimentadas pelo Governo socialista de António Guterres, que proclamara a descentralização política como única base possível para o enquadramento da televisão regional e local. Autarcas, empresários do sector do cabo, proprietários de rádios locais e universidades anunciaram canais, mas o “chumbo” do referendo em Novembro de 1998 praticamente arquivou as esperanças. No quinquénio em análise, o Governo de coligação PSD/CDS-PP esforçou-se por resolver a aguda crise financeira da RTP, que se traduziu, entre outras medidas, no desinvestimento nas emissões descentralizadas.

Por outro lado, não criou quaisquer condições políticas para reflectir nos canais regionais e locais, para mais estando-lhes associada uma argumentação poucas vezes contrariada: a exiguidade do mercado publicitário regional (tese reforçada pelos problemas gerados pela liberalização do sector radiofónico) e o falhanço da regionalização administrativa<sup>27</sup>. Outras perspectivas, como a do investigador Rui Cádima – que chamou a atenção para o facto de este não ser “um problema de centralismo geográfico, mas de centralismo geopolítico” –, não tiveram grande impacto<sup>28</sup>.

<sup>25</sup> O Movimento para a Legalização das Televisões Locais promoveu debates sobre o assunto entre 1995 e 1997, realizando até uma emissão-pirata provocatória em 24 de Abril de 1995. Todavia, na discussão que estimulam, predominaram as posições de cautela e o movimento não teve a mesma influência política que o “lobby” das rádios livres (*Público*, 22/04/95, 28/10/95, 19/01/96, 14/02/97, 29/09/97 e 6/12/97).

<sup>26</sup> Aquando da aprovação da versão final da proposta de lei da Televisão, em Fevereiro de 2007, o ministro dos Assuntos Parlamentares, com a tutela da Comunicação Social, Augusto Santos Silva, garante que as televisões regionais e locais serão reguladas pelo novo diploma. Impossibilitados de transmitir por outros meios, os canais regionais e locais surgiram na Internet e, à data, há mais de vinte projectos em todo o país (*Jornal de Notícias*, 23/02/1997).

<sup>27</sup> “Quando se licenciarem novos canais regionais e locais, é verdadeiramente isso que se pretende, ou, como se tem permitido em relação às rádios, valerá tudo, inclusive a criação ‘à italiana’ de novos canais nacionais?”, disse o secretário de Estado da Comunicação do Governo de António Guterres, Arons de Carvalho, num artigo de opinião no *Público* (10/05/1995), referindo-se à anarquia que os canais regionais e locais geraram em Itália.

<sup>28</sup> *Público*, 6/12/1997.

### 3. Os canais de Lisboa e do Porto

Depois do referendo, a televisão regional e local regressou à cena dos *media* no quarto trimestre de 1999, desta vez como aposta do maior operador de cabo do país – a TV Cabo – propriedade da então novíssima PT Multimédia, uma *holding* na qual o Estado tem posição privilegiada<sup>29</sup>. No seio da PT Multimédia, duas empresas foram constituídas – primeiro a Lisboa TV e depois a Porto TV – com a missão de criar canais para as regiões da Grande Lisboa e do Grande Porto, incluídos no pacote básico da TV Cabo<sup>30</sup>. O Canal de Notícias de Lisboa (CNL) arrancou primeiro, em Setembro de 1999, e foi segundo canal temático português a surgir, depois da Sport TV<sup>31</sup>. Em Outubro de 1999, a PT Multimédia dava conta da intenção de replicar a fórmula para o Grande Porto, no terceiro trimestre de 2001<sup>32</sup>. Todavia, no final de 2000, a *holding* revela que a sua estratégia passa, efectivamente, por criar conteúdos temáticos em português para o pacote básico da TV Cabo e não propriamente por apoiar a causa da televisão regional<sup>33</sup>.

O CNL foi, então, diluído, por via de uma parceria estratégica com o grupo Impresa (dono da estação de televisão SIC) que envolveu a alienação de 60 por cento do capital da Lisboa TV à SIC<sup>34</sup>. Em seu lugar, surgiu a SIC Notícias, uma espécie de “CNN portuguesa” que se revelou uma boa aposta<sup>35</sup>. A experiência falhada do CNL não fez a PT Multimédia alterar os planos para a Porto TV, empresa participada pela RTP em 25 por cento. O canal NTV (com estúdios no Centro de Produção do Porto da RTP, no Monte da Virgem, em Vila Nova de Gaia) arrancou em 15 de Outubro de 2001. As emissões regulares (seis horas diárias, a partir das 19h00) iniciaram-se no mês seguinte e, em Fevereiro de 2002, o canal pôs no ar 24 horas de programação.

A NTV caracterizava-se por ter uma equipa muito jovem e pela forte aposta na formação multimédia dos seus jornalistas. Mas o canal teve uma existência marcada pela instabilidade, cujo primeiro sintoma brotou apenas uma semana depois do início das emissões regulares, com o afastamento de Carlos Magno

<sup>29</sup> A *holding* PT Multimédia foi criada em Julho de 1999, pela PT, tornando-se em pouco tempo um gigante na área dos *media*. Detinha a totalidade do capital da TV Cabo Portugal (que controlava, no período em análise, cerca de 80 por cento da quota de mercado do cabo), da PT Conteúdos e do grupo Lusomundo. A privatização da PT terminou em 2000, mas o Estado reservou para si uma “golden share” de 500 acções, justificada pela necessidade de acautelar acções hostis e que lhe concede direitos privilegiados na gestão da empresa. (Obercom, 2003; Sousa, 2000; Silva, 2004; *Público*, 808/10/2004; *Visão*, 14/10/2004).

<sup>30</sup> O CNL e a NTV eram difundidos a nível nacional porque, nos termos da lei, não havia outra possibilidade de emissão. Podemos chamá-los regionais pela sua vocação, o que, em termos de cabo, os coloca na mesma situação de outros canais temáticos.

<sup>31</sup> A Sport TV foi para o ar em Setembro de 1998, como canal codificado da oferta da TV Cabo.

<sup>32</sup> Comunicado de imprensa da PT Multimédia de 25 de Outubro de 1999.

<sup>33</sup> Ver “Relatório e Contas” da PT Multimédia de 2000.

<sup>34</sup> A SIC criou ainda dois canais – SIC Gold e SIC Radical – para o pacote básico da TV Cabo.

<sup>35</sup> O novo canal, dirigido por Nuno Santos, estreou-se a 8 de Janeiro de 2001, manteve ao seu serviço os 22 jornalistas mais promissores do CNL e impôs-se como uma “CNN portuguesa”. Teve a primeira prova de fogo na cobertura da queda da ponte de Entre-os-Rios, em Março do mesmo ano (*Pública*, 7/01/2001).

da direcção. A NTV popularizou-se no Grande Porto, graças à filosofia de proximidade de alguns programas, mas o accionista maioritário desinteressou-se do produto e cedo admitiu o encerramento.

O impasse foi ultrapassado pelo accionista minoritário, a RTP, que adquiriu o restante capital (75 por cento) e o passivo da NTV à PT Multimédia por um euro, em Agosto de 2002. Em Outubro de 2002, um ano depois da estreia do canal, o presidente do Conselho de Administração da RTP, Almerindo Marques, anunciou os planos da nova gestão: criação de sinergias a todos os níveis com a RTP (incluindo fusão das redacções do Monte da Virgem) e reorientação de conteúdos como forma de inverter a situação de falência<sup>36</sup>. Mais, afirma ser intenção da RTP criar “um projecto do Norte, com visão regional, mas com conteúdo nacional”.

O ministro com a pasta da Comunicação Social, Nuno Morais Sarmiento, levantou o véu desta filosofia abstracta ao revelar que a RTP pretendia usar o canal “para aproveitar as potencialidades dos centros de emissão regionais da RTP espalhados pelo território”, numa altura em que a estação de serviço público se encontrava prestes a interromper os desdobramentos de informação regional. “Uma TV para a região do Porto é um modelo esgotado, mas há espaço, no cabo e no mercado, para ter um canal para as regiões”, diz o governante<sup>37</sup>. Este desígnio, assim como a própria transacção comercial, foi rastilho de uma longa discussão com a Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS)<sup>38</sup>.

Enquanto isso, o canal atravessava uma fase de enorme angústia interna face ao futuro incerto dos trabalhadores, que inspirou alguns promotores a fazer à RTP propostas de aquisição, sempre recusadas<sup>39</sup>. Em Abril de 2004, a Lisboa TV (sociedade proprietária do canal por cabo SIC Notícias) acusa a RTP de promover concorrência desleal ao explorar um canal comercial na sua qualidade de concessionário do serviço público. A AACS – que não aliviara as suas reservas – delibera que a estação tem direito, enquanto sociedade privada, embora de capitais públicos, de “adquirir e explorar canais comerciais, desde

<sup>36</sup> Em Agosto e Setembro de 2002, as dificuldades financeiras levam à redução da programação comprada a produtoras externas quase a zero. O seu espaço passa a ser ocupado com repetições, causando mossa nas audiências (*Público*, 15/11/2002).

<sup>37</sup> *Público*, 07/11/2002.

<sup>38</sup> A AACS, que soube da intenção de compra pelos *media*, entende estar em falta um pedido de parecer prévio vinculativo, uma vez que o órgão regulador tem direito de pronúncia sobre operações de aquisição que prefigurem concentração horizontal de operadores televisivos, nos termos da Lei da Televisão (Lei 31-A/98). A RTP responde não se tratar de aquisição horizontal e o caso foi remetido para o Conselho da Concorrência. Em virtude da extinção deste órgão, a decisão demorou quase um ano. Finalmente, em Julho de 2003, a Autoridade da Concorrência declara que a aquisição da NTV não infringe as normas do Estado (*O Comércio do Porto*, 13/02/2003; AACS, Parecer de 09/07/2003).

<sup>39</sup> Entre Novembro de 2002 e Fevereiro de 2003, foram anunciadas duas propostas de compra da NTV, uma por parte das produtoras do Porto que faziam conteúdos para o canal e outra de um grupo de empresários do Norte, apoiado pelo presidente da Câmara de Gaia, Luís Filipe Menezes. As duas propostas acabaram por se fundir, mas a RTP considerou todas as ofertas não credíveis (*Público*, 15/11/2002, 31/01/2003, 04/02/2003, 08/02/2003; *O Independente*, 28/02/2003).

que não os financie com as verbas do financiamento decorrentes do contrato de serviço público, podendo nomeadamente a RTP utilizar as verbas correspondentes à publicidade”<sup>40</sup>.

A RTP não sossegou a entidade reguladora, antes a conduziu à indignação mais acesa desde o início do processo. Em Maio de 2004, a administração da estação esclarece não ter solicitado autorização ou licenciamento para explorar a NTV por tal procedimento não ser obrigatório para os serviços de programas que integrem o serviço público. Assumindo que o novo canal terá “uma forte componente de informação e produção regionais”, com vários blocos informativos e de debate, inspira a AACS a criticar o facto de a RTP utilizar a NTV como “barriga de aluguer” da cobertura regional – serviço que, constando da missão de serviço público, não poderia, como tal, ser confinado a um canal de acesso fechado<sup>41</sup>. Finalmente, em 31 de Maio de 2004, o canal RTPN inicia emissões regulares, no lugar da extinta NTV, em sinergia com os canais abertos da RTP, tal como a administração de Almerindo Marques designara.

#### **4. O desinvestimento do serviço público nas regiões**

A descentralização da televisão em Portugal seguiu a mesma tendência de quase todos os países europeus, surgindo por iniciativa das estações concessionárias do serviço público, que criaram “janelas” regionais na programação ou canais satélite. Para muitos países, esta descentralização das emissões do serviço público constituiu apenas a primeira fase do fenómeno. Nos anos oitenta, outros modelos de televisão regional e local surgiram – primeiro, pela criação de canais em regiões com uma forte identidade linguística, cultural e/ou política; depois, por iniciativa dos operadores privados que viram oportunidades comerciais no sector<sup>42</sup>.

Em Portugal, até ao final dos anos noventa, a base da televisão regional foi a insularidade. A estrutura da RTP, criada em 1958, num contexto político de ditadura, foi acrescida de um segundo canal – a RTP 2, em 1969 – e de dois centros de produção nas Regiões Autónomas dos arquipélagos da Madeira e dos Açores. Estes centros têm autonomia organizativa, financeira e de programação e estatuto legal desde 1986. O centro de produção do Porto foi criado em 1989<sup>43</sup>. Os centros de emissão regionais, delegações da RTP em cidades do interior do país, surgiram a partir de 1996 em Bragança, Castelo Branco, Coimbra, Évora e Faro. Em 1999, o Governo considera estar montada a estru-

<sup>40</sup> AACS, Deliberação sobre queixa apresentada pela Lisboa TV sobre aquisição da RTP, 21/05/2004.

<sup>41</sup> AACS, Deliberação sobre a informação regional do grupo RTP e o estatuto da NTV, 26/05/2004.

<sup>42</sup> Moragas Spà & Garitaonandía, C. (eds.) (1995) *Decentralization in the Global Era. Television in the Regions, Nationalities and Small Countries of the European Union*, Londres: John Libbey & Company; Bustamante, E. *A Economia da Televisão. As estratégias de gestão de um media*, Porto: Campo das Letras; Coelho, P. (2005) *A TV de proximidade e os novos desafios do espaço público*, Lisboa: Livros Horizonte.

<sup>43</sup> Cádima, R. (1995) ‘Portugal: Insularity, the basis of regional television’ in Moragas Spà & Garitaonandía, *op. cit.*

tura técnica para a descentralização das emissões e autoriza desdobramentos regionais até 60 minutos por dia<sup>44</sup>. Na prática, porém, os desdobramentos limitavam-se a espaços noticiosos de dez a vinte minutos de duração, inseridos no espaço “RTP Regiões”, transmitido fora do horário nobre.

Os desdobramentos foram suspensos em Dezembro de 2002 (na mesma altura em que a RTP desembarcava na NTV), atingidos pela reestruturação que a administração de Almerindo Marques, um gestor nomeado pelo Governo PSD/CSD-PP, aplicou à estação. A crise financeira da RTP agudizava-se desde 1993, incapaz de responder à concorrência dos dois canais privados entretanto criados. Em 1994, a empresa entrou em falência técnica e, em 2002, o passivo acumulado da RTP ultrapassava os cem milhões de euros<sup>45</sup>. A política de emagrecimento de quadros, através de rescisões amigáveis e não renovação de contrato, praticamente arrasou os quadros de pessoal dos centros de emissão regional onde quase todos os jornalistas e técnicos eram contratados a termo certo<sup>46</sup>.

Questionada pela AACS, em Janeiro de 2003, sobre os planos para a cobertura regional, a RTP explica que os desdobramentos foram temporariamente suspensos “por haver necessidade de repensar aquele serviço, à luz da melhoria de qualidade que lhe podia ser introduzida” com o objectivo de “melhorar a componente regional das emissões, associada à racionalidade de gestão tecnológica e financeira”. A informação regional regressou de facto à antena da estação pública, no início de Maio de 2003, mas com uma cobertura igual para todo o país, concentrada no espaço “RTP Regiões”, magazine informativo com a duração de uma hora diária, modelo em vigor até à transferência da programação de carácter regional para o canal por cabo RTPN (que iniciou emissões em 31 de Maio de 2004)<sup>47</sup>.

Em Junho de 2003, a AACS entende que a RTP não está a cumprir a obrigação de descentralizar as suas emissões nacionais através dos desdobramentos constantes da Lei da Televisão, nos termos do contrato de concessão do serviço público de televisão e do próprio estatuto editorial da RTP, onde esta se proclama “a única estação televisiva portuguesa a investir num desdobramento de emissão que permite a apresentação de programas diários de informação regional”. A entidade reguladora afirma que a cobertura regional é um “nervo matricial” do serviço público e que “um serviço generalista de televisão fortemente centralizado, capitalocêntrico ou litoralocêntrico, seria tudo

<sup>44</sup> Despacho n.º 159/99 dos secretários de Estado da Habitação e Comunicações e da Comunicação Social, publicado em Diário da República, 2.ª Série, n.º 52, em 3 de Março de 1999.

<sup>45</sup> Coelho, P. (2005), *op. cit.*

<sup>46</sup> *Público*, 30/10/2002.

<sup>47</sup> Em Outubro de 2005, começou a ser emitido na RTP1 o “Portugal em directo”, um magazine diário de 50 minutos de informação regional, apresentado por Dina Aguiar. Na altura, o director de Informação da RTP, Luís Marinho, disse que o informativo seria “um espaço privilegiado para divulgar iniciativas que não chegam ao noticiário principal”, entendendo não se justificar um desdobramento das missões regionais num país tão pequeno: “Deve haver uma maior preocupação em unir do que em dividir”. (*Jornal de Notícias*, 12/10/2005)



menos público”. Juntamente com a advertência, a AACCS sugere que se inicie uma reflexão sobre fórmulas de atacar o problema da regionalidade, nomeadamente através uma disciplina contratual de obrigação de cobertura regional no contrato seguinte de serviço público<sup>48</sup>.

## 5. Conclusão

O período em análise caracterizou-se por um desinvestimento na informação regional, pelo desinteresse em experiências de televisão de proximidade e pela manutenção da restrição legal aos canais regionais e locais. Em todos os casos, o Estado participou nas decisões, como legislador, contraente do serviço público de televisão ou accionista privilegiado do grupo PT. Questões financeiras, como o défice da RTP e o fracasso comercial dos canais por cabo de Lisboa e do Porto, foram as razões para reduzir o investimento na descentralização das emissões nacionais e nas experiências televisivas dedicados a públicos localizados – públicos esses, aliás, que já beneficiavam da centralidade informativa das duas maiores cidades portuguesas<sup>49</sup>.

Por via da manutenção da restrição legal e do não agendamento político da matéria, parece evidente o distanciamento do Estado. “A forma como tem sido gerida a RTP, a indefinição do conceito de serviço público e da sua aplicação prática, e o peso dos seus diferentes canais no orçamento nacional têm levantado reservas aos diversos executivos sobre os investimentos estatais no sector, tendo sido sistematicamente afastada a possibilidade de ser o Estado a lançar-se na aventura da televisão regional”, resumiu, a este respeito, Pedro Coelho<sup>50</sup>. E o paradoxo está no facto de, ao assumir-se incapaz de investir na regionalização da televisão, o Estado não querer dar ao sector privado a oportunidade de o tentar. Será que, como avança aquele investigador, “Portugal tem encarado o investimento na televisão de proximidade como um luxo a que o país não pode ceder”?

A mensagem da sociedade civil às inquietações do Estado tem sido, nos dois últimos anos, a seguinte: num mundo onde ver televisão já não é só sinónimo de estar em frente a um televisor, os canais regionais e locais parecem ter encontrado um caminho. Em Fevereiro de 2007, o *Jornal de Notícias* estimava

<sup>48</sup> AACCS, Deliberação sobre alteração do modelo da cobertura regional proporcionada pela RTP, objecto de queixas por parte de responsáveis autárquicos, 17/06/2003.

<sup>49</sup> Em 2006, surgem no cabo dois canais para o Porto. Em Abril, a Invicta TV chegou aos clientes da TVTel depois de meses à espera de licenciamento por ter capital norte-americano. Refém de vários problemas, o canal acabou por se extinguir. Foi anunciado um projecto para a sua substituição, em Setembro de 2007: a Região Norte TV. No dia 23 de Junho de 2006, surge no pacote básico da TV Cabo o Porto Canal, destinado àquela Área Metropolitana e que cujo capital pertence maioritariamente a quatro produtoras do extinto canal. Assumidamente inspirado na antiga NTV, é um projecto de autêntica televisão de proximidade, embora seja notória a necessidade de amadurecimento técnico.

<sup>50</sup> Coelho, P. (2005), *op. cit.*

em mais de vinte os projectos de televisão local na Internet, dando conta de um fenómeno em crescimento permanente<sup>51</sup>.

No âmbito da proposta da nova Lei da Televisão, o Governo liderado pelo socialista José Sócrates colocou, finalmente, a televisão regional e local na agenda política<sup>52</sup> sem, contudo, ter feito da descentralização regional uma das prioridades do seu programa de Governo para o serviço público de televisão<sup>53</sup>. Veremos se, no futuro, nesta bifurcação se encontra a chave para a liberalização do sector.

<sup>51</sup> *Jornal de Notícias*, 23/07/2007.

<sup>52</sup> “Com a ampliação do espaço de liberdade no acesso à actividade de televisão, são finalmente regulados os serviços de programas televisivos de expressão regional e local, através da previsão das respectivas condições, fins e obrigações”, lê-se no comunicado do Conselho de Ministros de 22/02/2007, relativo à proposta de Lei da Televisão. Em comentário à proposta de Lei, o ministro com a pasta da Comunicação Social, Santos Silva, afirma que a regulamentação se estenderá aos *media on-line*.

<sup>53</sup> Ver Programa do XVII Governo Constitucional.