

# O Panorama Audiovisual Português. O passado recente e o futuro próximo.

Felisbela Lopes\*

## Índice

1 O panorama audiovisual português: retrato actual	1
2 Emissões que marcaram o percurso dos canais	3
3 Perspectivas de evolução	7
4 Bibliografia	9

Lopes, F. (2000) “O Panorama Audiovisual Português. O passado recente e o futuro próximo”. Comunicação apresentada no 4º Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação, São Vicente. Brasil.

## Resumo

As três estações portuguesas de televisão com emissão em aberto (RTP, SIC e TVI) são o referente de uma comunicação que se propõe abordar aquilo que marcou o Panorama Audiovisual Português nos últimos cinco anos ao nível dos seguintes pontos:

- Situação financeira das empresas
- Estratégias de programação
- Programas com maior audiência
- Emissões de informação mais marcantes.

---

\*Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, Portugal.  
[felisbela@ics.uminho.pt]

Esboçada a identidade que os canais construíram através das suas emissões, traçam-se algumas perspectivas de evolução de um sector a viver, neste momento, algumas mudanças.

## 1 O panorama audiovisual português: retrato actual

As televisões privadas são um fenómeno relativamente recente em Portugal. Corria o ano de 1992, quando se assiste à criação do primeiro canal privado emitido em aberto – a SIC – ao qual se viria a juntar, quatro meses depois, um outro – a TVI. Acabavam assim 35 anos de monopólio da RTP, a estação de serviço público que congrega actualmente seis canais: a RTP-1, a RTP-2, a RTP-Açores, a RTP-Madeira, a RTP-Internacional e a RTP-África. Quanto à televisão temática, ela é inaugurada em 1998 com o Sport TV ao qual se seguiu, em 1999, o CNL - Canal de Notícias de Lisboa.

Ainda antes da abertura da sua estação, o presidente do Conselho de Administração da SIC, Francisco Pinto Balsemão, prometia um confronto aberto com a programação da RTP. Passados três anos, em 1995, o primeiro canal privado português conseguia não só suplantar as audiências da Radiotele-

visão Portuguesa, como apresentar um Relatório de Contas com resultados positivos – um feito que, desde então, é renovado ano-a-ano. Em 1999, a SIC conseguiu alcançar 3,9 milhões de contos de lucro e um “share” de 48,1% (cf: secção *Media* da edição de 2/3/2000 do jornal *Público*). Significa isto que no PAP (Panorama Audiovisual Português) é esta a estação que apresenta um quadro mais estável.

Do lado da TVI, um canal que nasceu ligado à Igreja Católica, o seu percurso é feito de atribulações, resultantes de sucessivas mudanças de capital que provocaram inevitavelmente substituições permanentes do respectivo Conselho de Administração. Actualmente nas mãos do grupo *Media Capital* (que congrega rádios como a Comercial, Nostalgia, Nacional e jornais como o *Diário Económico*), o quarto canal atravessa uma certa estabilidade que se reflecte na programação e, conseqüentemente, nas audiências. Em 1999, conseguiu mesmo suplantar, pontualmente, o “share” do canal generalista de serviço público, a RTP-1, ultrapassando, em programas isolados, pela primeira vez, a barreira dos 20%.

No PAP, é a RTP quem tem sofrido maiores conturbações. A todos os níveis. Sucessivas hierarquias não conseguiram, nos últimos anos, transformar aquele que mais parece um mastodonte no qual dificilmente se encontram resquícios daquilo que, um dia, se propôs ser: um serviço público de qualidade, com uma programação dirigida a todos os portugueses, respeitador da identidade cultural do país e independente das forças de financiamento que, em Portugal, se repartem pelas verbas do Estado e pela publicidade (cf. Contrato de Concessão de Serviço Público, assinado a 31 de Dezembro de

1996). As pessoas que, nestes anos, assumiram a televisão pública com um espírito reformador acabaram por abandoná-la, deixando atrás de si um passivo assustador e uma grelha de programação completamente despedaçada. Nos últimos cinco anos, passaram pela RTP cinco presidentes do Conselho de Administração e três Directores de Informação.

Não conseguindo apresentar resultados financeiros positivos desde 1991 (ano em que se aboliu a taxa de televisão), em falência técnica desde 1995 e com um passivo acumulado de mais de cem milhões de contos, a empresa pública de televisão prepara-se agora para uma (nova) reconversão. Em Fevereiro do ano 2000, o Governo português decidiu criar uma “holding” – a Portugal Global - para gerir três empresas públicas ligadas à comunicação social: a Radiotelevisão Portuguesa (RTP), a Lusa (agência de notícias) e a Radiodifusão Portuguesa (RDP). Com esta sociedade gestora, o poder político pretende fomentar economias de escala e gerar estratégias comuns (por exemplo, na informação internacional), rentabilizando recursos e reduzindo custos (cf: secção *TV & Rádio* da edição de 25/2/2000 do *Diário de Notícias*). Constituído o grupo, o passivo da RTP será transferido para esta “holding” que, por sua vez, contratualizará com o Ministério das Finanças um prazo de amortização de uma dívida que é catastrófica. Por enquanto, o clima é de expectativa.

A ditar o sucesso destas empresas está uma programação que cada canal quer singular, mas cuja diversidade nem sempre é muito visível para o telespectador. As estratégias de implantação dos conteúdos não deixam, no entanto, de ser curiosas. Neste campo, o mercado brasileiro teve uma in-

fluência decisiva, particularmente na SIC, onde a Globo, para além de ter uma participação no capital social, tem desempenhado, desde o início, um importante papel ao nível “da assistência de recursos técnicos e humanos” (Sousa, 1998).

## 2 Emissões que marcaram o percurso dos canais

Telenovelas brasileiras, desafios de futebol e programas de humor: são estes os ingredientes que empurram as estações de televisão para o top das audiências. O maneja-mento deste tipo de programas não deixa de ser curioso, vislumbrando-se, através dele, uma verdadeira “engenharia de programação” (Cebrián Herreros: 429).

Começamos, então, pela SIC. Um mês depois do seu arranque, o Canal 1 da RTP antecipava, em Novembro de 1992, sem qualquer aviso, a estreia da telenovela *Pedra sobre Pedra* (uma co-produção entre a Globo e a RTP), sobrepondo-a a *Meu Bem Meu Mal*. Era o ataque surpresa à estação de Carnaxide que estava a preparar, com a devida promoção, a estreia *De Corpo e Alma*. A primeira batalha do *share* era ganha pelo Canal 1 que começava a ver a sua hegemonia ameaçada pela televisão privada que, com o *Minas e Armadilhas* (um programa de apanhados) e o *Chuva de Estrelas* (um formato de imitações de músicas conhecidas), impunha uma nova forma de entretenimento televisivo.

E foi precisamente a Globo - com quem a RTP tinha um contrato de exclusividade - a fazer tremer irreversivelmente as crenças daqueles que acreditavam na supremacia inabalável do *share* da televisão do Estado. Em 1994, a maior produtora de telenovelas pre-

tere a estação de serviço público a favor da SIC. A ruptura dá-se com *Mulheres de Areia*, uma telenovela com um êxito considerável no Brasil e que os portugueses seguiam com grande curiosidade. A RTP põe no ar uma aposta falhada chamada *Mandala*.

Na era do exclusivo das telenovelas da Globo na SIC, o Canal 1 da RTP, sem os trunfos vindos do outro lado do Atlântico, volta-se para a informação. Estávamos nos primeiros meses de 1995. O *Telejornal* - na altura o bloco informativo preferido dos portugueses - chega a atingir aquilo que à época era uma duração inédita: 60 minutos. O *Jornal da Noite* na SIC acompanhava-o, pois era preciso fidelizar o público que, depois das 20h30, mudava de canal para ver, na estação privada, o êxito da Globo chamado *Irmãos Coragem*. Sem sucesso. O *Telejornal* continuava a arrecadar as preferências dos portugueses até se precipitar, em Maio, num exclusivo que tirou à SIC, mas que o atirou para uma queda vertiginosa: os preparativos do casamento do duque de Bragança D. Duarte. Durante a semana que antecedeu a boda, o noticiário do Canal 1 abria às 20h00, mas limitava-se apenas a uma duração de oito a dez minutos para dar, depois, lugar a reportagens sobre a monarquia. O povo, republicano, não perdoou e mudou de canal. Sintonizava-se a SIC, o canal que, nos bastidores, também disputou de forma inglória o exclusivo da transmissão do casamento monárquico, cujas cerimónias decorreram a 13 de Maio de 1995 com transmissão em directo pela RTP 1 e pela RTP-i (Lopes: 1997). Estava perdida a liderança das audiências, conseguindo a SIC a proeza de, em menos de três anos, ser o canal mais visto.

Liderando o *prime-time* desde 1995, esta estação privada tinha ainda algumas fraque-

zas em determinadas faixas horárias. O período da tarde apenas foi contornado em 1998, altura em que se criou uma espécie de *talk-show*, onde se colocou uma apresentadora que, em período nocturno, conseguira fidelizar audiências em torno dos *reality-shows*. O seu nome deu também o título ao programa: *Fátima Lopes*. Trata-se de um espaço – ainda em antena – onde se chama o cidadão comum para contar o seu caso. Falamos aqui de uma televisão de proximidade, valorizando-se a palavra fundada na experiência e não no saber (Le Paige, 1997: 76). As conversas andam à volta de temáticas como as de “sou gordo e gosto”, “fui dado como morto” ou “salvei uma vida”. A RTP-1 tentou uma resposta de confronto, com o programa *Amigo Público*, de permanência relativamente efémera.

Uma fragilidade que continua por resolver diz respeito ao período matinal devido a uma concorrência da televisão pública difícil de neutralizar. Todos os dias, a RTP-1 tem no ar *A Praça da Alegria*, um programa de cerca de duas horas e meia de conversa variada e de rubricas diversificadas. A SIC, em 1999, criou o *SIC-11 Horas*, também uma espécie de *talk-show* apresentado por uma cara bastante conhecida dos telespectadores. A RTP arrastou *A Praça da Alegria* das 11 horas para as 10h. A estação privada converteu o *SIC-11 Horas* no *SIC-10 Horas*. As “estratégias de confronto”<sup>1</sup> (Achille, 1994: 22-23) não poderiam ser mais visíveis. Mas aqui,

<sup>1</sup> Segundo Yves Achille os programadores de TV podem adoptar as seguintes estratégias de programação:

\* *a do imobilismo*: adoptada quando a TV pública não tem meios para se confrontar com as privadas ou quando a concorrência não exige uma mudança de estratégia. Apesar desta opção ser ditada a maior parte

em termos de *share*, a vitória continua ainda do lado da RTP-1.

Quer em termos de audiência, quer em termos de qualidade, o operador de serviço público não dispõe de exemplos que o torne a tal “televisão de referência”, ambicionada pelos seus responsáveis. Da RTP-1 sobressai uma espécie de clone da SIC, da RTP-Açores e RTP-Madeira (os canais dos arquipélagos) salienta-se uma programação de arrasto do canal generalista, da RTP-Internacional e da RTP-África (os canais internacionais) fica um conjunto de críticas pela baixa qualidade das suas emissões e por uma informação nem sempre isenta, da RTP-2 (o canal de minorias) sobressaem interstícios de alguma inovação de que é exemplo o programa *Acontece*, um bloco de informação diária dedicado ao noticiário cultural feito ao ritmo do quotidiano e com uma longevidade estranha para uma empresa que não tem tradição em manter por muito tempo os respectivos programas. Com mais de mil edições, o *Acontece* tem conseguido, desde 1994, fidelizar

das vezes por restrições financeiras, ela é avessa ao espírito inovador do serviço público.

\* *a do confronto*: utilizada quando um canal público concorre directamente com o sector privado, batendo-se por ultrapassá-lo no seu próprio terreno - um caminho que um operador público não deve trilhar devido a ser apoiado por subvenções estatais.

\* *a da oposição*: pressupõe uma delimitação específica da natureza de cada canal. Esta será a possibilidade mais razoável a desenvolver por um programador de um canal público. Nesta procura de identidade há que desenvolver estratégias que evitem uma programação marginal.

\* *a da identificação*: traduz-se numa cópia dos modelos dos programas privados. Apesar de ser uma política condenatória, há que relativizá-la, quando estiverem em causa programas de qualidade e de interesse público.

um *share* significativo para uma estação que se dirige a minorias.

Audiências são, de facto, o maior problema do canal generalista que, nos últimos tempos, vem perdendo alguns pontos para os privados. Apesar de tentarem contrariar raciocínios quantitativos, os seus responsáveis não conseguem, pela sua actuação, deixar de evidenciar alguma preocupação com a receptividade das suas emissões<sup>2</sup>. Um problema que partilha com a TVI que, no entanto, começa actualmente a ameaçar a divisão do *share* do PAP.

Até a 1999, os telespectadores não guardavam do quarto canal memória de emissões marcantes. Exceptuando um ou dois programas – com especial relevo para a telenovela brasileira da Rede Manchete *Xica da Silva* – a TVI vinha revelando uma dificuldade dedálica em reunir audiências significativas. Todavia, a mudança de identidade, operada, em 1999, começou a alterar ligeiramente os números. A subida do *share* dá-se à custa de programas de música portuguesa (*Reis da Música Nacional, Cocktail Nacional*), de piada fácil (*Ri-te, Ri-te*) e de apanhados (*Olho Vídeo*). Mas foi sobretudo através do futebol e da informação que a TVI despertou a atenção do público. Pela primeira vez no seu (ainda curto) percurso, esta estação conseguiu, a 14 de Outubro de 1999, ultrapassar

<sup>2</sup> Em entrevista ao *Diário de Notícias* (20/01/2000), João Grego Esteves, director de antena da RTP, reconhecia que a “*tutela se deixa envolver um pouco pelas audiências*”. Ao *Público* (26/3/2000), o ministro que tutela a televisão pública, Armando Vara, afirmava o seguinte: “*É preciso encontrar o tal equilíbrio entre o serviço público e o interesse do público. Uma visão elitista não vai de encontro àquilo que é uma sociedade. Os canais públicos têm de ser capazes de ir ao encontro das expectativas da maioria*”.

o *share* da RTP-1. Fê-lo através de um *Especial Informação* dedicado aos transexuais. Curioso o facto de este programa se impor com temas oriundos do Brasil. A 6 de Julho de 1999, a emissão dedicada ao *Programa do Ratinho* – que é emitido pelo canal brasileiro SBT e apresentado por Carlos Massa (conhecido pelo nome de Ratinho) – foi antecedida de grande expectativa. Recorde-se que este programa – que explora o lado mais execrável do quotidiano de certos grupos sociais – conseguiu no Brasil quebrar o monopólio de audiências da TV Globo. Em Portugal as audiências da respectiva reportagem não foram muito significativas, mas conseguiram, pelo menos, criar algum debate sobre os limites da televisão. A 3 de Agosto foi a vez de *A Tiazinha* – um verdadeiro fenómeno de erotismo da Rede Bandeirantes – reacender as expectativas.

No que diz respeito à informação, a SIC tem optado por uma outra política, mais interventiva no campo social, mais inovadora em termos visuais. Habitados a receber diariamente o *Telejornal* da RTP de um estúdio fechado onde apenas era permitida a entrada do pivot e de um ou outro entrevistado, foi com surpresa que os telespectadores receberam, a 6 de Outubro de 1992, o primeiro noticiário da SIC cujo estúdio permitia a visualização da respectiva redacção. O próprio alinhamento dos jornais televisivos também inverteu aquilo que durante anos se aceitou ser a ordem natural de hierarquizar a informação. À ordenação Nacional/Internacional/Sociedade/Desporto/Cultura/*Faits-Divers*, a estação privada fez suceder uma prioridade assente predominantemente em dois valores-notícia: aquilo que era novidade e interessava mais aos portugueses, sendo isso, por vezes, mediatizado

através daquilo que Ignacio Ramonet (1998: 19) diz ser o “fascínio pelo espectáculo do acontecimento”.

Os temas mediatizados e a forma de exposição trouxeram, por sua vez, alguns rasgos de novidade. Recordámos, por exemplo, o debate sobre as prendas de Natal feito exclusivamente com crianças (em Dezembro de 1998); os livros do escritor José Cardoso Pires acumulados sobre a mesa do pivot aquando da morte do escritor (27/10/1998) ou os animais do Jardim Zoológico que invadiram livremente o estúdio no dia de uma manifestação dos responsáveis do Zoo em frente à Assembleia da República (11/11/1999). Numa tentativa de se aproximar mais das pessoas – ou de “incorporar o quotidiano da vida social” (Cébrían Herreros: 174) – o *Jornal da Noite* tem ensaiado também algumas saídas para se aproximar do palco dos acontecimentos. No ano de 1998, por exemplo, vai até ao oceanário antes da abertura da Expo, até à Ponte Vasco da Gama antes da inauguração daquela obra (Março), até ao Parque Eduardo VII (Abril) aquando da Feira do Livro, até a Ribeirinha do Porto durante a Cimeira Ibero-Americana que aí teve lugar (Outubro), e até Estocolmo no dia da entrega do prémio Nobel da Literatura a José Saramago (Dezembro) (Lopes, 1999: 86).

Paralelamente a uma informação diária ou ditada por acontecimentos sazonais, o primeiro canal privado português tem vindo a inserir semanalmente na sua grelha programas que transformam aquela estação num meio inesgotável de meta-acontecimentos. Ora sublinhando o lado negativo (*Casos de Polícia*), ora o lado positivo do quotidiano dos cidadãos (*Verdes Anos*, *Ficheiros Clínicos*).

O desporto e os casos judiciais têm também constituído filões aproveitados pelos canais privados e recuperados pela televisão pública. Programas sem bola que elegem o futebol para tema de discussão multiplicam-se nos vários canais com uma popularidade assegurada. Como reconhece Arnaud Mercier (1996: 259), o desporto reflecte na perfeição as qualidades reivindicadas pelos profissionais da televisão: a emoção, o suspense, o prazer e a convivialidade. Aí estão os ingredientes que (as)seguram as audiências. Daí que encontremos na grelha dos vários canais espaços específicos para este tipo de emissões. Na SIC temos *Jogo Limpo*, na RTP-1 *Jogo Falado* e na TVI *A Bola é Nossa*. Programas ligados ao quotidiano que buscam repor uma ordem que as instituições não conseguem garantir continuam, por seu lado, a encontrar nas estações privadas um espaço cativo, funcionando estas como espaços privilegiados para os chamados “julgamentos paralelos” com repercussões frequentemente mais fortes do que aqueles feitos em tribunais (Rodrigues: 1999). Na SIC já tivemos *A Praça Pública*, *A Máquina da Verdade*, o *SOS-SIC*, sobrevive *O Juíz Decide*. Na TVI promoveu-se já *Em Legítima Defesa*, prolonga-se actualmente o *Quero Justiça*.

Apesar deste olhar atento dirigido para a sociedade civil, verifica-se um esquecimento frequente das realidades enraizadas em lugares afastados dos centros de decisão, ou seja, da capital do país. Olivier Pasquet, num artigo publicado no nº 57 dos *Dossiers de l'Audiovisuel*, reitera a importância da mediatização dos acontecimentos locais para a própria comunidade onde eles ocorrem. Na sua opinião, a visão catódica proporcionada pela televisão mistifica uma realidade até então olhada de forma anódina. Esta falha das

televisões privadas é colmatada pela RTP-1 através de um programa de informação regional, criado em 1996, que se constitui como janela aberta contra a exclusão daqueles que permanecem na periferia, das fontes institucionais mais requisitadas e dos grandes centros urbanos, tendencialmente mais mediatisados. Apenas um reparo feito às sucessivas mudanças de nome. Começou por chamar-se *País Real*, passou depois a *País, País*, agora é apresentado como *Regiões*.

### 3 Perspectivas de evolução

Olhando para o PAP, as perspectivas de evolução equacionam-se à medida da consolidação dos canais.

Na TVI – que começa agora a dar sinais positivos em termos de audiência e, consequentemente, em termos financeiros – as preocupações centram-se exclusivamente na grelha de emissão. Nos próximos tempos, e acreditar nos projectos anunciados pelos seus responsáveis, vamos ter uma programação concentrada em emissões faladas em português e vocacionadas para o grande público. Curioso o facto de a maior aposta em termos de ficção, *Jardins Proibidos*, ter começado a ser emitido sem qualquer perspectiva de uma data para o seu desfecho (cf: secção *Media* da edição de 8/4/2000 do jornal *Público*). Espera-se pela receptividade do público, ficando o número de episódios condicionado pelo respectivo “share”. A sua lógica de acção não poderia ser mais evidente: competir numa sociedade de mercado com o objectivo de alcançar lucro. Esta é, aliás, a finalidade de qualquer empresa privada do audiovisual (Rey Morató, 1998: 239).

No entanto, a conjuntura nacional – com o aparecimento dos canais temáticos – obriga a

TVI a algum esforço de adaptação. O grupo que controla a estação – a *Media Capital* que reúne algumas rádios e algumas publicações de índole económica – tem feito algumas aproximações à Portugal Telecom Multimédia no sentido de preparar a criação de um canal de economia.

Consolidada a identidade da estação, os seus responsáveis da SIC voltam-se, com algum à-vontade, para este novo filão do campo televisivo: os canais temáticos. Dado por adquirido está o seu envolvimento no capital do Canal de Notícias de Lisboa difundido por cabo. Esta expansão resulta de uma parceria feita com a Portugal Telecom Multimédia que, dentro breve, traduzir-se-á também no lançamento de três novos canais temáticos: a SIC Gold (destinada a mulheres e à terceira idade), a SIC-Notícias (que resultará da compra do CNL) e a SIC Radical (para jovens) (cf: secção *Media* da edição de 28/3/2000 do jornal *Público*). Esta aliança entre uma empresa que tem conteúdos e uma que possui as redes permite à TV Cabo introduzir no seu pacote uma produção nacional pensada para o efeito e à SIC reconquistar uma faixa de público que já não se revê nos canais generalistas. Por detrás disto, ergue-se uma interrogação que contraria aquilo que é anunciado: uma maior possibilidade de escolha para o telespectador. Será isso que irá, na verdade, acontecer? Até que ponto aumentará a diversidade da oferta? Recorde-se que a SIC Gold foi apresentada como uma espécie de “best of” de programas já exibidos pela sua congénere generalista.

A expansão dos conteúdos para fora das fronteiras nacionais é outra das apostas do canal privado. O primeiro telefilme, *Amo-te Teresa* – exibido a 12 de Janeiro de 2000, reunindo as audiências mais elevadas ao ní-

vel do cinema transmitido pela televisão – foi já vendido à TV Galiza que o deverá passar no mês de Maio.

Há ainda em germen a ideia de apostar no mercado brasileiro. Em entrevista ao jornal “Diário de Notícias” (edição de 17 de Janeiro de 2000), Emídio Rangel, director de Informação e de Programação, considerava “um enorme desperdício” o afastamento dos dois países, acentuado pelo facto de o Brasil se ter interessado por um mercado de dez milhões de pessoas, como o português, enquanto Portugal tem optado por passar ao lado de um mercado de 160 milhões. Entretanto, a SIC preparou, aquando das comemorações do achamento do Brasil, uma verdadeira redescoberta daquele território. A 22 de Abril de 2000 – dia em que se assinalava a chegada de Pedro Álvares Cabral ao Brasil – o *Jornal da Noite*, o seu principal programa de informação, foi transmitido a partir de Porto Seguro – o local onde, há 500 anos, aportaram as primeiras caravelas portuguesas. Também nesse dia, foi emitido em horário nobre o primeiro de 49 episódios da série brasileira *A Muralha* onde se retratava a exploração feita pelos portugueses no interior do Brasil. Apesar de se sentir algum caminho feito, há ainda parte do percurso por fazer. Se é uma realidade que o mercado audiovisual brasileiro, através das telenovelas, tem um lugar cativo nos canais portugueses, se é um facto a SIC insistir em colocar-se do outro lado do mar para misturar conteúdos portugueses com os brasileiros, falta ainda algo de importante: levar os conteúdos produzidos no mercado português até aos canais brasileiros. Só assim se completará a lusofonia.

Numa tentativa de fazer também uma ponte com o Brasil, a RTP esteve também

no dia 22 de Abril de 2000 em Porto Seguro para transmitir a partir daí o *Telejornal* que, no dia seguinte, foi emitido de São Salvador da Baía. A partir do dia 8 de Maio, a RTP-2 começou a emitir *Avenida Brasil*, uma série de 5 episódios que percorria os diferentes estados brasileiros. Este esforço – positivo – de alargar fronteiras será em parte inglório, se não se fomentar um diálogo genuíno entre os dois países, proporcionador de trocas de conteúdos de ambos os lados do Atlântico.

Quanto à sua vida interna, a televisão pública confronta-se actualmente com uma mudança estrutural. Resta saber se a Portugal Global, a *holding* que congrega a RTP, a RDP e a Lusa, conseguirá ajudar a Radiotelevisão Portuguesa a solidificar a sua identidade enquanto serviço público, sem colocar obviamente em causa a independência e a autonomia editorial das outras empresas. Os desafios são complexos. Conseguir um maior controlo dos custos, garantir um financiamento estável, projectar a empresa na sociedade da informação, preparando-a para a era da TV digital são algumas das tarefas a concretizar a curto prazo. A maior delas será certamente a de reformular o modelo de programação, garantindo o cumprimento de valores como os da qualidade, diversidade, identidade cultural e independência em relação às fontes de financiamento (Blumler, 1992).

Os conteúdos programáticos são, de facto, um aspecto não displicente, particularmente quando o passado recente tem vindo a testemunhar uma engenharia de programação pouco coincidente com os princípios e valores do serviço público, nomeadamente na RTP-1, o canal generalista que frequentemente parece ser um clone da estação privada SIC. Também os canais internacionais

– a RTP-Internacional e a RTP-África – têm suscitado duros reparos no que diz respeito à qualidade das emissões (cf. *Público*: edição de 7 de Janeiro de 2000). No meio deste turbilhão de críticas, começa a surgir, em alguns sectores, a reivindicação de um canal específico para o Brasil. Para bem da lusofonia. O futuro permanece, pois, em aberto.

#### 4 Bibliografia

- ACHILLE, Yves (1994), *Les Télévisions Publiques en Quête d’Avenir*, Presses Universitaires de Grenoble.
- BLUMLER, Jay G. (ed), (1992), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (s/d), *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Ed. Síntesis, Madrid.
- LE PAIGE, Hugues (1997), *Une minute de silence - crise de l’information, crise de la télévision, crise du service public*, Col. La Noria, Ed. Labor, Bruxelles.
- LOPES, Felisbela (1997), “*Serviço Público de televisão: um conceito à procura de um lugar no Panorama Audiovisual Português*”. Comunicação apresentada no Congresso Internacional de Jornalismo de Língua Portuguesa, Lisboa 21-24 de Abril de 1997.
- LOPES, Felisbela (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Minerva, Coimbra.
- MERCIER, Arnaud (1996), *Le Journal Télévisé - politique de l’information et information politique*, Presses de Sciences PO, Paris.
- RAMONET, Ignacio (1998), *La tiranía de la comunicación*, Ed. Debate, Madrid.
- REY MORATÓ, Javier del (1998), *El Naufragio del Periodismo en la Era de la Televisión*, Fragua Editorial, Madrid.
- RODRIGUES, Cunha (1999), *Comunicar e Julgar*, Minerva, Coimbra.
- SOUSA, Helena (1998), “*Time-Life/Globo/SIC: Um Caso de Re-exportação do Modelo Americano de Televisão*”. Comunicação apresentada na Conferência Científica da International Association for Mass Communication Research, Glasgow, 25-30 de Julho de 1998.
- Contrato de Concessão de Serviço Público, assinado a 31 de Dezembro de 1996

#### Revistas e jornais

"*La TV de proximité*", *Dossiers de l’Audiovisuel*, nº 57, Septembre/Octobre 1994, INA (Institut National de l’Audiovisuel).

Jornal *Público*: edições de 7 de Janeiro de 2000, 2 de Março de 2000, 26 de Março de 2000, 28 De Março de 2000 e 8 de Abril de 2000.

Jornal *Diário de Notícias*: edições de 17 de Janeiro de 2000, 20 de Janeiro de 2000 e 25 de Fevereiro de 2000.