

## **IV. Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação**

Felisbela Lopes\*

Talvez seja um pouco exagerado encarar a televisão como um “totem”. Talvez seja pouco consistente a tese que vê o telespectador a estabelecer com ela um culto sacramental. No entanto, nela e, por extensão, no (seu) público, descobrimos sinais que nos fazem perceber que esta imagem não estará assim tão desfocada. Tal como o “totem”, a televisão impõe uma relação permanente, de carácter emocional; revela-se uma espécie de companheiro, presente nas mais variadas situações; cria um ritual à volta do qual surgem nomes e emblemas variados. Retomando as palavras de Le Diberder e Coste-Cerdan (1990: 12), trata-se de um objecto central que se deixa perceber à força de sermos incapazes de o evitar. Nele concentra-se grande parte das esperanças e dos temores das tribos modernas. Por isso, aquilo que ela transmite revela-se de grande importância.

Neste capítulo, iremos abordar os conteúdos aos quais uma televisão de serviço público deverá prestar atenção. É certo que grande parte deles estarão sempre presentes numa estação privada, mas pensamos que eles poderão desenhar-se de forma específica num operador público que seja imune às pressões de mercado e que oriente a sua actividade por critérios de excelência que se constituam como um referencial para o panorama audiovisual português.

\* *Docente da Universidade do Minho (felisbela@ics.uminho.pt).*

Este capítulo contou com a colaboração do sociólogo João Nuno Coelho; do jornalista da RTP Jorge Campos; das investigadoras em programação infantil Cristina Ponte e Sara Pereira; de Isabel Medina, chefe do Gabinete de Conteúdos da empresa FOCO da RTP; do presidente da Comissão do Tempo de Emissão das Confissões Religiosas, Mário Marques; e do jurista e membro da ACAPO, Sérgio Gomes da Silva.

Antes, porém, de expormos algumas temáticas que julgamos importantes figurar num serviço público de televisão, sublinhamos dois pressupostos que estão subjacentes à nossa reflexão. O primeiro diz respeito à programação televisiva. Para além de se atender ao facto de que o modo de fazer e ver televisão se alterou significativamente nos últimos anos, será preciso perceber o significado de uma grelha de programas, nomeadamente aquela que se constrói para um canal generalista a emitir em aberto. O segundo ponto diz respeito à especificidade de um serviço público de televisão. Coabitando pacífica ou atribuladamente com canais privados, um operador público, pelo menos no plano teórico, tem princípios e valores específicos que o orientam para uma determinada direcção e que, a serem respeitados, poderiam fazer com que o serviço público não se circunscrevesse a uma designação traduzida em discursos, mas pouco sentida na palavra e na imagem televisivas.

## **I – Pressupostos:**

### **1 – Relativamente à programação televisiva...**

#### *1.1 – Temos em conta que o modo de encarar a programação televisiva se alterou:*

Em tempo de monopólio, os programas eram definidos em função de três grandes finalidades comunicativas: distrair, informar e educar. Consequentemente, havia “o momento do espectáculo, dedicado ao divertimento; o da informação ao longo do qual ficávamos a saber as notícias; e o de aprendizagem onde enriquecíamos a cultura” (Negri *et al.*, s/d). Nesta tipologia do consumo, a clara definição do género do programa constituía uma fronteira que orientava a concretização das diferentes funções que os canais televisivos se propunham cumprir. Instalava-se um contrato de comunicação paternalista, pedagógico e monodireccional com o telespectador que poderia ver o que o programador lhe propunha ou, então, apagar a televisão. Seguindo a fórmula de Jean-Louis Missika e Dominique Wolton (1983: 128), os telespectadores constituíam-se como uma espécie de sala de aula, sendo os profissionais da televisão os mestres. Na programação de monopólio, o programa valia por si, era uma unidade autónoma, estando claramente demarcado relativamente à emissão que se lhe seguia ou precedia. Neste modelo televisivo a que Umberto Eco (1985) chama “paleo-TV”, o fluxo televisivo integrava um conjunto de programas que apresentava um contrato de comunicação preciso, resultante de uma clara delimitação dos géneros (informação, ficção, emissões culturais) e de uma divisão específica dos públicos (programas para as crianças, para os aficionados do desporto automóvel, para os amantes da natureza...).

Factores tecnológicos, mas também mutações económicas, políticas, sociais e culturais alteraram esta forma de fazer televisão. A valorização de certas franjas horárias, por exemplo, não pode ser encarada apenas como uma iniciativa unidireccional do programador, mas deve ser lida à luz das modificações das formas de vida (emprego e lazer). Acompanhando a disponibilidade que as pessoas têm para ver televisão, os programadores vão tentando otimizar essas audiências disponíveis. Esse acompanhamento requer uma actualização permanente dos conteúdos na medida em que os gostos do público evoluem. Impõe-se progressivamente aquilo a que Dominique Mehl, num artigo publicado na revista *Sociologie du travail*, chamou a “ideologia da programação”, dedicada não às emissões, mas pensada em função do lugar que elas ocupam nas grelhas televisivas, tendo em conta os comportamentos e os gostos dos telespectadores. Progressivamente, foi sendo abandonado o regime pedagógico com o telespectador para se instalar uma relação de convivialidade, possível porque a relação passou a ser bidireccional. Já não há um “eu” que fala para um “tu”, mas um “nós” constituído por “duas vontades convergentes que se exprimem como vontade comum” (Negri *et al.*). O pequeno ecrã torna-se uma espécie de amigo do público, acompanhando-o ao longo do dia, segundo os ritmos impostos pelo quotidiano. Há as emissões da manhã, da hora do almoço, da tarde, da hora do jantar e as nocturnas. Marcam-se, assim, encontros com os telespectadores assumidos como interacções ritualizadas. Os cenários também reflectem os espaços exteriores da vida das pessoas. O tempo, o espaço e as formas de interacção do dia-a-dia do telespectador encontram no pequeno ecrã o seu reflexo e o seu impulsionador. Trata-se, acima de tudo, de uma relação de espelho para ambas as partes. Isso significa que a evolução da televisão não deve ser apenas procurada no seu interior, mas também na realidade que lhe é exterior e lhe dá a matéria-prima para as suas emissões.

1.2 – *Temos em conta que uma grelha de programação de um canal generalista que opera em aberto é concebida como um todo, ainda que seja percebida em partes:*

São muitos os teóricos que se referem à programação televisiva dos canais generalistas como um trabalho global. Jesús Gonzalez Requena (1995) designa-a como um “macro-discurso”, capaz de integrar no seu interior todos os sistemas semióticos, actualizados acústica e visualmente. Uma grelha televisiva seria uma unidade discursiva superior às unidades que contém, com a capacidade de submeter tudo o que alberga à sua lógica. A introdução do conceito de discurso no âmbito na programação permite, de acordo com Requena (1995: 27), não só “descobrir em todo o processo de comunicação âmbitos de significação que escapam à consciência e vontade dos seus agentes”, como também “analisar em profundidade o papel estrutural desempenhado pela televisão na cultura de massas”. Esta influência não resultaria apenas da actuação isolada

de certos programas, saindo, antes, de um discurso de ordem superior, de efeitos psicológicos, ideológicos e sociais manifestos.

É também como “um lugar de construção de um discurso global associando diferentes componentes” que Guy Lochard e Henri Boyer (1995: 95) definem o conceito de programação, sublinhando, no entanto, que este não é o modo como o telespectador apreende uma grelha televisiva, encarando-a antes como “uma sucessão de enunciados autónomos, portadores de significações e valores independentes” (1995: 97). De facto, a forma como se processa a recepção das mensagens televisivas não corresponde àquilo que se passa no momento da sua inserção numa grelha. Nesta, cada uma das emissões adquire o seu valor através das relações estabelecidas com as restantes componentes, formando um todo que se pretende que seja equilibrado e, ao mesmo tempo, diversificado, dependendo essa diversidade da natureza do canal.

Servindo-se do termo “palimpsesto” para falar da programação televisiva, Nora Rizza (1989) encara-a como a disposição sucessória de uma série de programas, num certo período temporal, segundo uma determinada lógica. A sua análise centra-se no processo de construção da grelha, acreditando que dessa opção resultam elementos que dificilmente se tornariam visíveis se apenas se tivesse em conta a oferta televisiva que chega ao telespectador. Combinando informações técnicas do trabalho do programador com outras relacionadas com as rotinas de produção, a autora conclui que a natureza do “palimpsesto” televisivo está condicionada por factores tão diversos como os recursos económicos da estação, a audiência prevista, a imagem e identidade do canal, a oferta da concorrência, a possibilidade de produção ou aquisição dos conteúdos.

Sujeita a múltiplos constrangimentos, uma grelha de programação, porque é concebida como um todo, encontra a sua especificidade naquilo a que José Ángel Cortès (1999: 95-96) chama “filosofia de programação” que engloba “a actividade da empresa, os seus fins, os meios com que conta e o espírito dos seus accionistas, as suas expectativas e os prazos marcados para alcançá-los”. O segundo passo é criar uma “linha editorial” através da qual se estabelece uma oferta mais pormenorizada. Enquanto a filosofia fixa os aspectos que consolidam o projecto, a linha editorial determina os critérios a seguir.

Este complexo processo de definição de uma identidade de um canal e consequente linha de actuação pressupõe conhecimentos de múltiplos campos (da sociedade, da cultura, da economia, etc.) e diversificados estudos quantitativos e qualitativos dos públicos das emissões televisivas (medição das audiências, estudos das atitudes, índices de apreciação, análise das motivações, registo das reacções imediatas, estudo dos estilos de vida...). Os telespectadores – quer sejam encarados como meros consumidores, quer como cidadãos – são um elemento-chave. Como bem sublinha Eric Macé (2000), uma grelha de programação de um canal generalista que opere em sinal aberto deve ajustar-se sempre àquilo a que chama “o metabolismo sociotemporal dos indivíduos

segundo a sua idade, sexo, actividade e local de residência”. Se os programas são feitos para determinado público, este deve estar disponível para o ver. Isto significa que, embora uma filosofia de programação possa ditar determinados conteúdos, estes nunca se inserem numa grelha de forma arbitrária, antes são motivados pela disponibilidade do respectivo público.

Tal como não vivemos da mesma maneira ao longo do dia, também não consumimos televisão de forma idêntica nos diferentes segmentos horários. Daí que uma grelha de programação se divida em “franjas horárias”, ou seja, blocos homogêneos em termos de comportamentos de audiência. O dia é, assim, repartido em quatro momentos principais: o “day time”, o “access time”, o “prime time” e o “second time”. Estes segmentos formam uma unidade temporal mais abrangente que é a do “dia” que, por sua vez, integra a macrocategoria “semana”. Na verdade, é a partir de uma construção que atende aos sete dias que se avalia a homogeneidade dos segmentos horários, dos quais devem sair um equilíbrio e um ritmo federadores de audiências. É através da oferta semanal que temos um retrato daquilo que se passa numa grelha aos níveis vertical e horizontal.

Ainda que a unidade e a harmonia da programação se encontrem na grelha semanal, a oferta televisiva obedece normalmente a uma planificação global que é feita por temporadas, sendo a mais importante a que se inicia em Setembro, altura a partir da qual os telespectadores têm mais disponibilidade para consumir televisão.

## 2 – Relativamente ao serviço público de televisão..

### 2.1 – Temos em conta os grandes princípios clássicos<sup>1</sup>:

- *Princípio de continuidade*: não é exclusivo dos serviços públicos, abrangendo todos os órgãos de soberania de quem se espera um trabalho regular. Este princípio é encarado como um dos principais fundamentos do serviço público de televisão. Em caso de paralisação da emissão, não é a administração da empresa pública a primeira vítima, mas o telespectador que se vê privado daquilo que quer ver e que ajudou a custear através dos seus impostos.
- *Princípio de mutabilidade*: impõe à televisão pública uma adaptação constante à sociedade, que se caracteriza por um constante devir. Se a actividade dos operadores públicos também passa pelo interesse do público, e como este se encontra em constante mutação, a palavra de ordem é a mudança. À designação de mutabilidade, Pontier (1996: 90-91) prefere a de *adaptação*, explicando-a nos seguintes termos: “A adaptação do serviço

<sup>1</sup> Estes princípios já foram enunciados num trabalho anterior da autora [Lopes, Felisbela (1999) *O Telejornal e o Serviço Público*, Minerva, Coimbra].

público deve consistir, pensa-se, numa melhoria do serviço; a administração deve ter coragem para satisfazer o melhor possível, e dentro das melhores condições, as exigências dos utentes”.

- *Princípio da igualdade*: é uma extensão do princípio jurídico que coloca todos os cidadãos ao mesmo nível perante a lei, impedindo qualquer espécie de discriminação. Restringindo-nos ao trabalho dos jornalistas, este princípio tem uma aplicabilidade permanente, sendo a parcialidade ou a manipulação atitudes ética e juridicamente reprováveis. No entanto, nem sempre os meios de comunicação social dispõem de uma estrutura ou de uma política editorial que lhes permitam fazer chegar o seu produto/serviço jornalístico a todos os consumidores/cidadãos. Num serviço público de televisão, o princípio da igualdade alarga a possibilidade de recepção da mensagem audiovisual a todos os cidadãos que partilhem a nacionalidade do órgão público. Proporcionar o acesso gratuito de todos às emissões televisivas implica, para além de uma cobertura integral do território, a criação de dispositivos que permitam, por exemplo, fazer chegar aquilo que se transmite através do som àqueles que não ouvem. Daqui resultam custos acrescidos que as empresas privadas nem sempre podem suportar. A igualdade pode também ser concebida em termos de oportunidade de participação nos canais de comunicação. Isto pressupõe uma atenção equitativa aos valores das maiorias e das minorias. A igualdade será tanto maior quanto maior for a diversidade das emissões.

- *Princípio de neutralidade*: manifesta-se como um princípio moral que orienta o serviço público na sua “actividade de prestação”, impedindo qualquer juízo de valor (Isar, 1995: 314). Este princípio pressupõe que os serviços funcionem com vista a satisfazer apenas o interesse geral, não cedendo a interesses particulares. Certos autores consideram a neutralidade como uma exigência do princípio da igualdade. Todavia, como lembra Jean-François Lachaume (1989), o princípio da neutralidade diz respeito aos deveres que os serviços públicos têm com os seus utilizadores, enquanto o princípio de igualdade tem subjacentes os direitos dos utilizadores face aos serviços públicos.

- *Participação dos cidadãos no funcionamento dos serviços públicos*: é um dos novos princípios invocados por Pontier (1996: 95), considerado fundamental para uma maior democratização da sociedade.

## 2.2 – Temos em conta os valores a respeitar por um operador público de TV:

- *Qualidade dos programas*: sobreposta às leis do mercado, a qualidade liga-se intrinsecamente à essência do serviço público de televisão, do qual se espera um contributo importante para a inovação dos formatos televisivos.

vos, para a criatividade, para a capacidade de gerar debates de relevância social e para desenvolver a autenticidade e a riqueza expressiva dos conteúdos emitidos. Tendo em conta a multiplicidade de canais que invade o ecrã de televisão, Dominique Wolton (1992: 148) encara este valor como algo de essencial a preservar, particularmente nos canais públicos, onde considera ser mais viável a adopção de medidas que contrariem o mercantilismo dos conteúdos. A ligação da qualidade à promoção dos valores culturais é, com efeito, reiteradamente retomada pelos teóricos que estudam a televisão de serviço público. Para Gianpietro Mazzoleni (1992: 84-91), por exemplo, este valor reflecte-se no cuidado que há em proteger as obras criativas das agressões comerciais, resguardando-as particularmente dos cortes publicitários; no respeito pela dignidade da pessoa; na proibição de publicidade feita a produtos considerados nocivos (tabaco, álcool e drogas); ou na obrigatoriedade de difundir produções nacionais. Alargando o conceito de qualidade a toda a grelha de programação, poder-se-á afirmar que ela se traduz por uma procura constante de inovação. A tentação para repetir fórmulas já testadas é forte, mas os programadores devem correr riscos, fazer coisas novas, surpreender, inculcando no telespectador a ideia de que aquilo que vê é mais do que mero acaso (Broadcasting Research Unit, 1989: 3). Mais importante do que a variedade e a novidade é a não-trivialidade. A diferença entre um programa trivial e um outro não-trivial é que no primeiro o assunto fica rapidamente esgotado, enquanto no segundo ele adquire em cada momento um renovado interesse, mesmo para aqueles que, à partida, não estão motivados para determinada emissão. Os padrões de qualidade são indivisíveis, abrangem toda a grelha de programação, sendo, porém, conveniente estarem espelhados em cada programa.

• *Diversidade*: uma programação diversificada nos planos regional, político e cultural é o que se espera dos operadores públicos. Emitindo para um conjunto de cidadãos com modos de vida diferenciados, a televisão de serviço público, mais do que as estações generalistas privadas, tem obrigação de reflectir nas suas emissões realidades multiformes, não apenas aquelas que chegam às maiorias, mas também aquelas que se restringem a grupos minoritários. Ao mesmo tempo que satisfaz os interesses dos membros individuais de uma audiência, uma grelha diversificada promove a coesão entre grupos que habitam espaços físicos distintos e que estruturam o seu quotidiano através de sistemas específicos. “Oferecer programas destinados a públicos diferentes é a melhor maneira de satisfazer o maior número de pessoas”, garante, por sua vez, o relatório sobre o Futuro da Televisão Pública elaborado em França em 1994. Wolfgang Hoffmann-Riem (1992: 49) distingue diferentes dimensões a partir da diversidade:

- uma diversidade orientada para o indivíduo ou o grupo, proporcionando-lhes oportunidades de expressão;

- uma diversidade vocacionada para os temas;
- uma diversidade integradora de realidades de diferentes áreas territoriais;
- uma diversidade de formatos.

Considerando a diversidade um valor essencial do serviço público de televisão, Denis McQuail (1992: 100-101) concebe-a a dois níveis:

- *a externa*, separada pelo espectro hertziano que cria diferentes canais para públicos diversos (diversidade estrutural);
  - *a interna*, aglutinada na mesma grelha de onde se esperam conteúdos orientados para uma audiência heterogénea (diversidade organizacional).
- *Identidade cultural*: conscientes de que as identidades colectivas atravessam um período de turbulência, os investigadores ligados ao estudo da televisão vêem nela um importante meio para consolidar a identidade cultural de um país. A fim de garantir a preservação deste valor, alguns países impuseram às estações de televisão, com incidência nos canais públicos, um reforço da língua nacional, serviços especiais para cada região e determinadas cotas de programas de produção nacional. De uma forma geral, a TV tende a prestar mais atenção às manifestações das maiorias. E é aqui que começam todos os problemas, pois a grande dificuldade passa a ser, por um lado, criar a diversidade numa cultura de massas – algo obrigatório para qualquer *media* generalista instalado num regime democrático – e, por outro, promover as manifestações inerentes a outras culturas – algo incontornável num canal televisivo de serviço público. Tendo como referência uma economia de televisão mista, Jay Blumler e Wolfgang Hoffmann-Riem (1992: 211) reclamam para os operadores públicos a obrigação de se ocuparem das necessidades culturais mais autóctones. Paralelamente à cobertura dos sucessos nacionais, defende-se ser conveniente dar também a conhecer alguns talentos nacionais em campos menos mediáticos. Por exemplo, o das artes.
- *Distanciamento face às fontes de financiamento*: invocando o exemplo da BBC, Denis McQuail (1992: 102) diz ser necessário que a TV pública faça um esforço para separar a publicidade dos conteúdos programáticos a fim de se conquistar um outro valor considerado fundamental nos operadores públicos: a *autonomia*. Só assim se consegue alcançar uma televisão de qualidade. O público saberá, por seu turno, sancionar a (in)dependência dos *media* face aos poderes instalados, conferindo, ou não, credibilidade àquilo que transmitem (McQuail, 1994: 146). Ligado a este valor encontra-se um outro: a preocupação em impedir a transformação dos canais de serviço público em produtos comerciais. As consequências de uma excessiva comercialização das emissões televisivas são, segundo Blumler, as seguintes: o

entretenimento sobrepor-se-ia à informação, os acontecimentos dramáticos e espectaculares invadiriam o espaço de análise e debate e os responsáveis pela programação orientar-se-iam progressivamente mais pelo interesse do público do que pela sua missão de promoverem a cidadania.

## II – Legislação

*Como argutamente assinalam Jost e Leblanc (1994: 37), “curiosamente a lei não introduz qualquer constrangimento ao nível da grelha”. Assim se passa em França e assim se passa em Portugal. No entanto, existe legislação específica que estabelece algumas coordenadas para o audiovisual. Destacamos aqui dois artigos do Capítulo IV (“Serviço Público de Televisão”) da Lei nº31-A/98, de 14 de Julho (“Lei da Televisão”).*

### *Artigo 44º – Obrigações específicas de programação*

“A concessionária deve assegurar uma programação de qualidade e de referência que satisfaça as necessidades culturais, educativas, formativas, informativas e recreativas dos diversos públicos específicos, obrigando-se designadamente a:

- a) Assegurar o pluralismo, o rigor e a objectividade da informação, bem como a sua independência perante o Governo, a Administração Pública e os demais poderes públicos;
- b) Emitir uma programação inovadora e variada que estimule a formação e a valorização cultural, tendo em especial atenção o público jovem;
- c) Privilegiar a produção de obras de criação original em língua portuguesa, nomeadamente nos domínios da ficção, do documentário e da animação;
- d) Difundir uma programação que exprima a diversidade cultural e regional do País e que tenha em conta os interesses específicos das minorias;
- e) Garantir a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e estrangeiros;
- f) Assegurar igualdade de acesso à informação e à programação em geral a todos os cidadãos, garantindo por isso que as emissões possam também ser acompanhadas por pessoas surdas ou com deficiência auditiva, recorrendo para o efeito à legendagem ou à interpretação através da língua gestual<sup>2</sup>;
- g) Emitir programas regulares destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais dos países de língua oficial portuguesa, incluindo programas facultados por operadores privados.”

<sup>2</sup> Esta alínea foi introduzida pela Lei nº8/2002, de 11 de Fevereiro (Primeira alteração à Lei nº31-A/98, de 14 de Julho).

### *Artigo 45.º-Obrigações específicas de programação*

“Constituem obrigações específicas de programação da concessionária do serviço público de televisão, nomeadamente:

- a) Emitir o tempo de antena dos partidos políticos, do Governo, das organizações sindicais, profissionais e representativas das actividades económicas e das associações de defesa do ambiente e do consumidor, nos termos dos artigos 49.º e seguintes da presente lei;
- b) Ceder o tempo de emissão necessário para o exercício do direito de réplica política, nos termos do artigo 58.º;
- c) Assegurar um tempo de emissão às confissões religiosas, para o prosseguimento das respectivas actividades, tendo em conta a sua representatividade;
- d) (...)
- e) Emitir programação específica direccionada para pessoas surdas ou com deficiência auditiva<sup>3</sup>;
- f) Ceder tempo de emissão à Administração Pública, com vista à divulgação de informações de interesse geral, nomeadamente em matéria de saúde e segurança públicas.”

## **III – Áreas a privilegiar numa TV pública**

Que papel deve desempenhar a TV na vida das pessoas? Qual a sua função social? Que vertente privilegiar no telespectador? A de consumidor de produtos? A de cidadão crítico da realidade circundante? A de receptor passivo? A de público activo que é chamado a envolver-se nas emissões? Estas são algumas questões que o programador deve ter em mente quando planifica uma grelha. No caso de um operador público, este trabalho implica também que se considerem os princípios e valores orientadores de um serviço público de televisão. Apresentamos aqui algumas áreas que, na nossa perspectiva, devem merecer uma atenção particular na TV pública. Trata-se apenas de uma proposta de trabalho, o que significa uma construção em aberto.

### **1 – Campo da informação**

São vários os teóricos que conferem ao pequeno ecrã um poder de agendamento da actualidade. Segundo Saperas (1993: 55-56), ao chamarem a atenção para certos temas, os meios de comunicação em geral, e a TV em particular, orientam a percepção que os indivíduos têm da sociedade. Jean-

<sup>3</sup> Esta alínea foi alterada pela Lei n.º 8/2002, de 11 de Fevereiro (Primeira alteração à Lei n.º 31-A/98, de 14 de Julho).

Pierre Esquenazi (1997: 113) fala-nos da capacidade da televisão para criar “quadros de formulação de opiniões”. Na mesma linha, Peter Dahlgren (1997: 209-236) assegura que, a partir daquilo que passa no pequeno ecrã, se constroem “micro-esferas públicas”, ou seja, espaços de discussão de assuntos contemporâneos. Embora reconheça que a TV é um veículo pobre de transmissão de informação, defende que é ela quem cumpre melhor a função de estimular o debate. Fica, deste modo, registado o poder deste meio para “traçar os contornos da actualidade” (Leblanc, 1987: 151). Segundo Giddens (1998: 483), “a televisão não só representa o mundo em que vivemos, mas define cada vez mais o que ele é realmente”.

Se não há uma única definição que remeta para a essência de uma informação de serviço público, encontramos várias posições que legitimam a sua peculiaridade no audiovisual. Cebrian Herreros (1998: 137-138) expõe algumas linhas de acção para os programas de informação dos canais públicos:

- proporcionarem uma visão global e contextualizadora dos factos;
- procurarem o contraste de fontes diversificadas;
- fazerem uma rigorosa depuração dos dados;
- promoverem o aprofundamento das consequências sociais, políticas e económicas dos factos;
- debaterem-se por um equilíbrio na cobertura territorial, social e cultural;
- introduzirem um enfoque pluralista e imparcial nas opiniões veiculadas.

Pela nossa parte, acrescentamos os cuidados a ter ao nível da forma, quer da expressão, quer de conteúdo. Ensaiar novas maneiras de dizer e de ver é o desafio que se coloca a um operador do qual se espera que seja uma referência de excelência para o panorama audiovisual.

Tendo em conta os princípios e valores de um serviço público de TV focados anteriormente, pensamos que, no que à informação diz respeito, se deve prestar atenção aos vectores que passamos a enunciar.

### *1.1 – Informação diária*

A actualidade é uma construção da informação. Através dela, apreendemos a (a)normalidade do quotidiano. Tal como numa grelha achamos descabido separar programas de serviço público de outros que não teriam essa característica, também julgamos que não se pode fixar assuntos que sejam exclusivamente de interesse público. Se, à partida, um assunto político como o debate do Orçamento de Estado tem por si relevância pública, tal não garante que o respectivo tratamento noticioso contenha informação pertinente. Em contrapartida, um homicídio praticado por um cidadão comum pode não constituir matéria sensacionalista, se o ângulo escolhido pelo repórter passar além da exploração da dor dos familiares da vítima.

Tal como a programação, também o telejornal deve ser pensado integralmente numa lógica de serviço público, actuante em todos os momentos: na selecção noticiosa, no alinhamento escolhido, nos textos que servem de pivô aos trabalhos noticiosos, no modo de construção de uma peça (recolha de imagens, escrita do texto, montagem dos vários planos...), na escolha dos assuntos que merecem directos televisivos, nas entrevistas feitas em estúdio. Em tudo isto, devem estar presentes os princípios de *neutralidade* e de *igualdade* e os valores da *qualidade* e da *diversidade*.

Atendendo aos modos de consumo televisivo, importa que a TV pública forneça ao cidadão uma informação permanente acerca daquilo que se passa no país e no mundo. Normalmente os noticiários são os grandes iniciadores das franjas horárias. Daí a sua localização ser pertinente em quatro momentos-chave do dia: de manhã cedo, à hora do almoço, à hora do jantar e ao final da noite.

### 1. 2 – Realidade regional

A micro-sociedade encontra na televisão um importante meio de valorização. Para aqueles que são objecto de mediatização, a respectiva visão catódica dada pelo pequeno ecrã proporciona-lhes um novo olhar sobre uma realidade tida, até então, como anódina. Para aqueles que estão física ou socioculturalmente distantes dos locais noticiados, o conhecimento daquilo que está longe provocará certamente um olhar diferente do país. Sublinhe-se que um dos princípios do serviço público de televisão é o da *igualdade* e que um dos seus valores é o de ajudar a consolidar a *identidade nacional*.

Dominique Wolton, através de uma metáfora em que identifica a TV com a meteorologia, chama a atenção para a importância de se atender à idiossincrasia de diferentes locais: “Em primeiro lugar estamos interessada no tempo da nossa região, mas não o podemos isolar do resto do contexto, mesmo se acreditarmos que vivemos num ‘microclima’. Depois, há sempre curiosidade em saber o tempo de outros sítios, porque temos aí família e amigos....” (1997: 105).

Contando, em território nacional, com:

- os centros de produção do Porto, Açores e Madeira;
- os centros de emissão de Coimbra, Évora, Bragança, Faro e Castelo Branco;
- as delegações de Vila Real, Viseu e Viana do Castelo;

a RTP poderá aproveitar essas sinergias para fazer uma informação descentralizada, mais próxima da realidade do país e, conseqüentemente, menos monocromática.

### 1.3 – Reflexão sobre a actualidade

Os factos são sempre efeitos de causas cuja compreensão necessita de explicações ou discussões que a maior parte das vezes não cabem no alinhamento de um noticiário. Pelo tempo consagrado a cada peça, os noticiários não constituem espaços privilegiados para se reflectir sobre a actualidade. Essa função é cumprida por programas de informação de âmbito mais alargado e menos pressionados pela agenda diária das redacções. Normalmente feitos ao ritmo semanal.

É nos debates, nas entrevistas ou nas grandes reportagens que as televisões desenham, com mais nitidez, a realidade social, promovendo, desse modo, uma informação com mais *qualidade*. Tal como os telejornais, os programas de informação semanal tendem a converter o passado num presente, um tempo mais imediato, mais intenso, mais próximo.

Para que os espaços de reflexão sobre a actualidade cumpram a função a que se propõem, ou seja, ajudem os cidadãos a perceber o que de importante se passa, é necessário que se apresentem em segmentos horários acessíveis ao grande público e não a horas tardias. Acompanhando o horário nobre das diferentes estações televisivas ao longo dos últimos anos, verifica-se que a chamada “grande informação” nunca teve aí espaço cativo, ao contrário de certos programas que se convencionou serem da preferência das massas. Ontem eram as novelas brasileiras que pareciam atrair mais audiência, hoje são as produções nacionais; ontem eram os concursos, hoje são os chamados programas da vida real... Todavia, é também pela informação que uma estação pública pode começar a construir a sua identidade, apresentando-se não em termos de mera alternativa, mas, acima de tudo, fazendo da alternativa um espaço de cidadania participada.

Haverá nesta linha de actuação o perigo de construir um espaço público (televisivo) que, depois, se constata estar vazio de público. Poder-se-ia arriscar que este tipo de programa se faz para um reduzido índice de audiência. Não partilhámos tal posição. Se for bem pensado em termos de produção e realização, se houver uma preocupação com a escolha dos convidados, se não se esquecerem fórmulas de envolver os telespectadores, este tipo de programa pode assumir-se como um sério concorrente às emissões de diversão de outros canais.

### 1.4 – Informação desportiva<sup>4</sup>:

Apenas uma visão do mundo social extremamente anacrónica encontra no desporto uma dimensão inferior ou lateral da vida das pessoas. Passou há muito o tempo em que se aceitava, de acordo com os valores dominantes, que o desporto estava no pólo mais fraco das dicotomias “sério-lúdico”, “trabalho-lazer”, “obrigação-prazer”, etc., pelo que teria sempre que ser visto como

<sup>4</sup> Este ponto foi redigido pelo sociólogo João Nuno Coelho, autor do livro *Portugal, a Equipa de Todos Nós – Nacionalismo, futebol e media*, Ed. Afrontamento, 2002.

secundário ou “brincadeira”. Uma das questões que importa aqui reter é a de saber se uma transmissão televisiva é, ou não, de interesse público.

No nosso país, o desporto tem um papel social crucial não só na consolidação do vínculo nacional, mas também na (re)produção das próprias identidades locais e regionais. Pensamos que não se pode duvidar do papel que as modalidades desportivas têm ao nível da formação de uma ideia de nação, nomeadamente as mais populares. Estas são formas de participação social activa, que não encontramos em muitas outras dimensões sociais.

Se pensarmos numa lógica de interesse público restrito, o que acontecerá às modalidades ditas amadoras? Onde e quando transmitir os jogos de andebol, basquetebol, voleibol, hóquei em patins, provas de atletismo, ciclismo, ténis, rali...? Onde e quando transmitir os campeonatos europeus e mundiais de natação, de atletismo, de patinagem artística, de hóquei em patins, de Fórmula 1, de motociclismo, de Ciclismo, a Volta a França em Bicicleta, a Volta a Espanha em Bicicleta, o Torneio de Ténis de Roland Garros, o Mundialito e o Campeonato do Mundo de Futebol de Praia...?

Se estivermos perante o princípio do fim da mediatização destes eventos desportivos, tal poderá significar, ao nível da divulgação das várias modalidades desportivas, uma maior dificuldade em criar novos praticantes e adeptos e, ao nível dos clubes, problemas financeiros, resultantes da desistência de patrocinadores que viam nas transmissões televisivas um importante meio de publicitação dos seus produtos.

Hoje sabemos que para muitas pessoas – praticantes, adeptos ou espectadores – o desporto é um factor central de equilíbrio social e psicológico. Mais do que isso, através do desporto representam-se ainda factos fundamentais da vida em sociedade, produzem-se identidades, potenciam-se formas de participação social activa, enfim, melhora-se a qualidade de vida. Pela nossa parte, parece claro que um serviço público de televisão deverá satisfazer minimamente os gostos de todas as “pequenas maiorias” (assim como das grandes) que formam a sociedade portuguesa.

### *1.5 – Conhecimento de áreas-chave da sociedade*

Um alinhamento de um telejornal contém sempre uma informação diversificada, integradora de vários campos sociais. Todavia, constrangimentos editoriais e de tempo impedem que esse espaço se detenha em assuntos que passam muito para além da actualidade do dia. Também os cerca de dois minutos reservados a cada peça noticiosa fazem com que o repórter não disponha de grande liberdade para abordar factos pertinentes, mas não imprescindíveis para se perceber o que se passa. Não será, por isso, de estranhar que os públicos com ligações específicas a determinados campos (saúde, economia, novas tecnologias, ambiente, mundo das artes e do espectáculo....) se sintam frequentemente insatisfeitos com aquilo que lhes é dado a ver. Ou melhor, se revoltam (a maior

parte das vezes em silêncio) face àquilo que fica por ver. Acumulam-se, assim, saberes que, apesar de envolverem várias pessoas e terem potencialidades de melhorar a qualidade de vida dos cidadãos, ficam *inter pares*.

Por se dirigir a um vasto público e por se nortear por uma lógica de saber comum, uma televisão pública, ao incidir em zonas pouco iluminadas pelos grandes meios de comunicação, tem a vantagem de democratizar conhecimentos e de enriquecer o nosso quotidiano. Tratamentos de doenças; indústrias invisíveis, mas com grandes manifestações na nossa vida e com grande sucesso no nosso país e mesmo a nível internacional (por exemplo, a indústria de moldes para plásticos); exploração de novos “sites” da Internet; explicações acerca de factores que afectam o clima; divulgação de grupos de teatro amador... Este género de assuntos exige programas específicos, feitos preferencialmente ao ritmo semanal.

#### 1.6 – *Descoberta de novos intervenientes sociais*

Hoje não estamos perante uma sociedade em que as classes sociais definem os estilos de vida e orientam as identidades sociais. Actualmente são os indivíduos, com a sua especificidade e um destino ainda por traçar, que dominam o tecido social, fazendo vingar a sua singularidade e lutando pela sua realização pessoal. Seria, talvez, adequado que a TV reflectisse esta tendência actual e colocasse dentro do pequeno ecrã histórias de vida que se distinguem por traços particulares, respeitando, desse modo, um dos princípios que a orientam: o da *mutabilidade*.

Enquanto que o estatuto de cidadão e o bom funcionamento do espaço público são encarados pelas instituições em termos de neutralização das diferenças de cada um, o indivíduo luta por fazer prevalecer a sua especificidade. A televisão assume-se, pois, como um palco adequado para a exposição dessas singularidades. Convinha, pois, que o serviço público de televisão cedesse aqui a palavra a uma minoria que se vai mantendo à margem das decisões, mas que, através do seu exemplo, pode ajudar-nos a perceber certos destinos da vida.

#### 1.7 – *A voz dos cidadãos*

Ouvir aquilo que os portugueses pensam acerca de questões que estão na ordem do dia seria uma forma de a televisão pública ajudar a criar um espaço público mais interventivo. Garantindo em estúdio a presença de especialistas em matérias colocadas em discussão e disponibilizando uma linha telefónica ou um endereço de correio electrónico para quem quisesse participar, o operador público fomentaria um debate mais esclarecedor. Cultivando o imaginário da “palavra democratizada”, o espaço televisivo assumir-se-ia como uma espécie de “ágora” onde se desenvolveria uma cidadania do quotidiano.

### 1.8 – A televisão que se auto-explica

Se a ideia for a de implantar um serviço público orientado por uma lógica de cidadania, torna-se obrigatório que a TV pública portuguesa crie a figura do provedor para que o cidadão encontre uma instância real de acção através da qual possa manifestar-se em relação àquilo que vê. Cumprir-se-ia, assim, um dos princípios que legitimam a sua existência: *a participação dos cidadãos no funcionamento dos serviços públicos*.

A televisão pública francesa, por exemplo, dispõe de três provedores: dois para a informação e um para a programação. Este último cargo é desempenhado por Geneviève Guichenev, uma mulher com larga experiência em televisão. Numa entrevista publicada no nº 9 da *JJ*, esta provedora – que no ano 2000 recebeu 22 mil mensagens electrónicas e 900 cartas de franceses a exigirem, sobretudo, o respeito da televisão pelos telespectadores – assegurava-nos que “a existência de um provedor é um sinal de que o serviço público de televisão não é igual às emissões difundidas pelos privados. Em termos políticos, o provedor é um argumento importante para reivindicar a existência e os meios necessários para o serviço público”. No fim da conversa, deixava os seguintes alertas: “É preciso que os canais públicos manifestem estima pelos seus telespectadores. É preciso que haja alguém que lhes diga: ‘Sim, têm razão e eu vou encarregar-me de resolver o que está mal’. Temos que ser generosos com os telespectadores, e isso é uma tarefa do serviço público”.

Para além da criação da figura de um provedor, um operador público poderia ter um papel importante na desmistificação do mundo da televisão. Um programa que explicasse os mecanismos de construção da actualidade noticiosa, que mostrasse como se prepara um programa de entretenimento e que destapassem alguns truques da ficção seria adequado para promover uma educação para os *media*, particularmente para as imagens televisivas. É também este papel que Serge Tisseron (2002) atribui a um operador de serviço público. Sublinhando que “tudo ver não significa tudo compreender”, este psicanalista, estudioso da violência televisiva, encara a TV pública como um espaço privilegiado para ler melhor as emissões televisivas.

### 1.9 – (Novas) formas de reter a memória colectiva<sup>5</sup>

Dizia Patricio Guzmán, o realizador de “A Batalha do Chile”, que o documentário é o “álbum de família” de um povo. Essa expressão, depois retomada para referência da European Documentary Network, pela carga simbólica de que está investida, justificaria, só por si, motivos de sobra para uma discriminação positiva da parte do serviço público de televisão em relação ao documentário. Porque, tomado à letra, o *álbum de família* promove a identidade de quem somos e, ao fazê-lo, estabelece pontes com uma visão actualizada da

<sup>5</sup> Este ponto foi redigido pelo jornalista da RTP Jorge Campos.

História. Na verdade, toda a história do século XX pode ser dada a conhecer através do documentário.

Esse conhecimento, porém, é tributário de um olhar singular que, ao contrário do que muitas vezes pretende fazer crer a cultura interna da televisão, não se identifica com a vulgata da reportagem televisiva. O jornalismo e o documentário são territórios confinantes e têm na actualidade um eixo comum. Mas, enquanto o jornalismo faz o tratamento *informativo* da actualidade, o documentário faz o tratamento *criativo* da actualidade. O vínculo que num caso e no outro se estabelece com o real é, pois, de natureza diversa. O jornalismo prossegue o mito da objectividade. O documentário reivindica o direito à subjectividade. São dois modos distintos de encarar a construção da realidade.

Pelo seu imediatismo, a televisão tem no jornalismo a expressão aparentemente mais ajustada ao seu modo peculiar de dar a ver o mundo. Por isso, as rotinas produtivas e o discurso do jornalismo exercem um efeito de contaminação com reflexos sobre outras modalidades discursivas. Esse efeito, na maioria dos casos, é redutor posto que, ao impor formatos pré-determinados, condiciona o tempo e o modo de dizer. De uma forma geral, no jornalismo televisivo institucionalizado cabe à palavra tomar o lugar de instância reguladora do sentido. Muitas vezes, o enunciado do texto prevalece sobre a lógica das imagens. No documentário, pelo contrário, propõe-se a aventura do olhar em função de um sistema de significação que remete para a gramática do cinema.

Contudo, nem o universo da televisão nem o do cinema são fechados e imutáveis. Muito pelo contrário, são universos abertos e (inter)mutáveis cuja influência recíproca é ajustada em função de um território tecnológico partilhado, e em permanente inovação, ele próprio indutor de linguagens que são consequentes dessa mesma inovação. Portanto, o problema reside mais na dificuldade de definir parâmetros de excelência do discurso e de identificação dos géneros do que propriamente em qualquer suposta incompatibilidade entre cinema e televisão. Para uma clarificação a este nível, o documentário, nas suas múltiplas modalidades, cumpre um papel insubstituível.

Tem, desde logo, um efeito pedagógico na redefinição da cultura interna do serviço público na medida em que estabelece valores de referência quer no plano do discurso, com impacto noutras áreas, em particular na Informação, naquilo que ao *saber fazer* diz respeito, quer no estabelecimento de um mosaico de programação diversificado. Dito de outro modo, dar acolhimento ao documentário não só abre novas perspectivas de relacionamento simbólico com o mundo, mas também, por via disso, obriga a subir a fasquia da exigência, o que é sempre um sinal de respeito do operador por si mesmo e pelo público. Esta aposta, que responde à interpelação de Chris Marker segundo a qual o real necessita cada vez mais de ser imaginado, exige, por outro lado, o complemento de um outro tipo de regulação a montante e a jusante da antena.

A montante na medida em que, competindo ao serviço público intervir no ordenamento da paisagem audiovisual, a visibilidade do documentário na programação contribui para dar sinais de incentivo a uma produção na qual vale a pena investir. No Reino Unido, por exemplo, estão identificadas, neste domínio, mais de mil produtoras e cerca de três mil realizadores. Há, portanto, uma procura sem precedentes do documentário, a qual resulta da convergência de duas ordens de factores: a explosão da televisão segmentada e o interesse que resulta da multiplicação de festivais especializados que são uma consequência das políticas de incentivo à produção levadas a cabo nos países da União Europeia. O serviço público tem, pois, um papel a desempenhar nesta matéria. Como tem a jusante da antena, porque lhe compete assegurar circuitos de distribuição, em função da identificação prévia de mercados potenciais, que permitam à produção nacional ir além da circulação restrita dos canais portugueses. Aliás, sendo o documentário comprovadamente um género que *viaja* bem, é possível enquadrá-lo em estratégias de co-produção, as quais, só por si, proporcionam uma exposição alargada.

Às razões enunciadas, outras poderiam juntar-se: a visibilidade que proporciona em termos da afirmação de quem somos, a relevância dos aspectos didácticos, pedagógicos e artísticos que o documentário transporta consigo, a validade de eventuais apostas em especializações temáticas tendo em vista, por exemplo, intervenções na televisão por cabo, o envolvimento que pode proporcionar com entidades das áreas da Educação e da Cultura, e a listagem poderia prosseguir...

Há, no entanto, um sublinhado reiterado e final. Qualquer que seja a sua modalidade, o documentário exige sempre a excelência do discurso e requer da parte do serviço público uma abordagem que articule essa exigência com parâmetros de intervenção que estão para além da mera exposição em antena. Daí a necessidade de introduzir critérios de rigor nos mecanismos de regulação, de modo a precisar o que produzir, como produzir, para quem, em que condições e com que efeitos pretendidos. Afinal, é assim que em países como, por exemplo, o Canadá foi possível reconhecer ao documentário o estatuto de *bem público* com todas as consequências daí decorrentes.

#### 1.10 – *Grandes transmissões*

Uma estação de serviço público de televisão tem, entre as suas obrigações, o dever de acompanhar alguns acontecimentos. Citamos, a título de exemplo, os seguintes:

- Eleições nacionais;
- Sessões importantes do Parlamento (debates mensais, debate sobre o Estado da Nação, etc.);
- Acontecimentos (inter)nacionais imprevistos;

- Factos políticos que constituam “grandes cerimónias” (Katz e Dayan, 1999);
- Acontecimentos socioculturais que sejam momentos de “conquista/coroação” (Katz e Dayan, 1999);
- Grandes transmissões desportivas nacionais e internacionais, em relação a estas últimas principalmente aquelas em que a participação de portugueses assume grande destaque.

## 2 – Campo do entretenimento

A televisão norteia-se fundamentalmente pelos vectores “informar” e “entretém”. Se há emissões onde o primeiro prevalece, outras há que privilegiam o segundo. Isso não implica que as marcas de um e de outro sejam exclusivas em determinadas emissões; nem tão-pouco que um seja superior ao outro. Se há autores que sublinham o papel que a informação televisiva tem no desenho do espaço público (como, aliás, vimos no ponto anterior), outros há que vêem os programas de entretenimento como espaços propiciadores de uma “recepção ritual” (Rubin, 1984), uma modalidade de ligação ao pequeno ecrã através da qual os telespectadores encontram eficazes meios de expressão para as preocupações do quotidiano; reconhecem, por osmose, valores comuns; e descobrem, sem disso darem automaticamente conta, formas colectivas de actuação.

É nossa convicção que nem tudo o que entretém aliena. Pelo contrário, emissões deste tipo podem ser um espaço importante para nos descontrairmos das contrariedades do quotidiano (não será também isso que nos leva a ligar a televisão?) e para descobrirmos outras realidades. Não é preciso recorrer aos estudos de Dominique Pasquier, Dominique Mehl, Serge Tisseron, Conrad Kottak ou Ellis Cashmore para perceber que também é através do entretenimento que recolhemos elementos para compreender o mundo e descobrir mapas de acção. É nas emissões que pretendem propiciar momentos de descontração que se constroem mais facilmente imaginários sociais e identidades culturais.

Torna-se, pois, impensável que o serviço público de televisão ignore esta influência que as emissões consideradas de descontração têm na vida dos portugueses. É aqui que entram dois valores fundamentais do serviço público: os da *qualidade* e da *diversidade*. Mais do que programas de sucesso fácil porque exploram de forma escandalosa a tendência actual de um espaço público cada vez mais privatizado e de uma privacidade cada vez mais publicitada, seria necessária a promoção de conteúdos que se constituíssem como espelhos equilibrados desta esfera onde todos circulamos.

Uma televisão de serviço público que pretende ser uma referência não se circunscreve à transmissão de uma cultura já feita ou a formatos amplamente explorados. Antes trabalha na criação de programas a partir dos seus próprios

“modos de ver” a vida social (Martín Barbero *et al.*, 2000). É explorando novas formas e conteúdos de expressão que um operador público de televisão poderá ser um motor de procura. É olhando o lúdico como componente de uma cidadania mais equilibrada que um operador público poderá planear com coerência uma programação que encontra no entretenimento mais uma via de crescimento pessoal e, conseqüentemente, de desenvolvimento social.

A área do entretenimento – nomeadamente os programas de ficção, os concursos, a programação infantil, os telefilmes, etc. – levanta ainda a questão que diz respeito aos caminhos trilhados na concepção dos programas. Que critérios presidem à escolha de determinados formatos? De que modo é construído um guião ao nível da ficção? Quem é chamado a participar nesse processo? Que tipo de relações de trabalho estabelece a RTP com as produtoras externas? Aproveitar-se-ão todas as potencialidades da empresa para desenvolver uma produção própria? Tal como uma grelha de serviço público deve ser ponderada como um todo, também cada programa deverá ser pensado na sua globalidade como um projecto que contribuirá para a construção de uma cidadania mais participada e mais coerente com aquilo que constitui a identidade de uma nacionalidade.

Porque os programas de entretenimento são, acima de tudo, resultado da criatividade, torna-se mais difícil estabelecer conteúdos específicos. Neste ponto, apontaremos alguns géneros que pensamos serem importantes num serviço público de televisão, não sem antes sublinhar que o modo como eles são concebidos poderá determinar a sua presença/ausência de uma grelha de programação.

### 2.1 – *Ficção nacional e ficção estrangeira de qualidade*

A televisão em geral e a ficção em particular não são um tempo roubado ao pensamento, podendo, antes, proporcionar oportunidades para o crescimento cognitivo. São um meio de evasão, mas constituem também uma forma de recolhermos elementos para entender o mundo, reconhecer os perigos, decidir qual a acção mais apropriada em determinada situação, julgar os outros e nos conhecermos a nós mesmos.

Numa investigação centrada em dois programas de televisão, “Instit” e “Urgences”<sup>6</sup>, Sabine Chalvon (2001) estudou a recepção televisiva naquilo a que chamou “públicos implicados” por aquelas duas séries: professores, encarregados de educação e alunos em relação à primeira; médicos, estudantes de medicina e utentes de serviços de saúde relativamente à segunda. No seu trabalho concluiu que estas séries de ficção ajudavam a criar representações sociais novas. No caso de “Urgences”, por exemplo, os estudantes de medicina diziam que aquele espaço era simultaneamente de descontração e de revisão

<sup>6</sup> Esta série passou na RTP com o nome “Serviço de Urgência”.

de matérias curriculares; os utentes dos serviços de saúde garantiam que, ao conhecerem aquilo que se passava nos corredores e gabinetes hospitalares, entendiam melhor o tempo de espera das consultas<sup>7</sup>.

Sendo programas abertos, conseqüentemente, com alterações a qualquer momento, as séries/telenovelas levam os espectadores a envolverem-se na construção do seu significado, o que amplia os interesses cognitivo e emocional da audiência. É certo que este envolvimento tem duas faces: se se trata de uma ficção de qualidade pode fornecer mapas de percepção da realidade que ajudam os cidadãos a integrarem-se melhor no seu meio; se a sinopse for construída sob enredos que impõem comportamentos desajustados pode provocar alguma desorientação, nomeadamente em públicos mais influenciáveis. Lembramos aqui o caso da novela “Explode Coração”, escrita por Glória Perez, que incluiu no seu enredo o problema das crianças desaparecidas, apresentando depoimentos verídicos de mães que haviam perdido os seus progenitores e de como isso provocou um forte envolvimento da sociedade brasileira ao ponto de, a 4 de Maio de 1996, o “Jornal Nacional” da Globo anunciar que, devido à novela, haviam sido encontradas mais de 70 crianças. Por outro lado, também recordamos a história de uma professora do nosso país que, um dia, se confrontou com uma iniciativa singular dos seus alunos que semanalmente preenchiam um dos seus recreios a seleccionar quem expulsavam das suas brincadeiras, transportando para a realidade aquilo que um canal de televisão privado dizia ser “a novela da vida real”.

## 2.2 – Concursos

Desenvolvendo o mecanismo lúdico como actividade vital, os concursos são encarados, por alguns investigadores, como uma “transposição mediática do funcionamento habitual da vida quotidiana: cada indivíduo está dotado de determinadas habilidades e conhecimentos que, através da actuação diária, constituem as suas armas para se integrarem e se desenvolverem em colectividade com maior ou menor êxito” (Terribas e Puig).

Desde o início da TV em Portugal, concursos de diversa natureza sempre marcaram presença numa grelha de programas, conseguindo sobreviver no tempo em que os “reality shows” invadiram o pequeno ecrã (na segunda metade dos anos 90) e em que a ficção nacional conquistou audiências inesperadas (a partir do ano 2000). Estando vocacionados para o entretenimento do público, este tipo de programas poderá constituir-se em simultâneo como um importante meio de promoção de conhecimentos vários.

Convém ter presente que a versatilidade deste género permite-lhe uma adaptação permanente às tendências dominantes em cada momento e uma incorpora-

<sup>7</sup> Ao contrário da série “Instit” que era de produção nacional, “Urgences” era importada dos Estados Unidos, apresentando, por isso, idiossincrasias estranhas deste lado do Atlântico. Por exemplo, os paramédicos nos EUA têm desempenhos que na Europa são apenas permitidos aos médicos.

ção de elementos temáticos e estruturais diversificados, podendo apresentar-se, pois, como um espaço de descontração interessante. Tal como lembra Charo Lacalle (2001) num estudo dedicado aos programas de entretenimento, os concursos, contando que mantenham o traço do jogo, podem abranger uma infinidade de conteúdos (culturais, musicais, metatelevisivos....), tendo ainda a possibilidade de fomentar uma participação crescente do público, quer no *plateau* onde se desenrola o concurso, quer em casa onde o telespectador pode também envolver-se naquilo que se joga. De forma descontraída, este género pode incorporar no telespectador conhecimentos de vária ordem. Como todos sabemos, muitas vezes “é a brincar que a gente aprende”...

Refira-se ainda que, por norma, este tipo de programa tem a vantagem de criar espaços de entretenimento a custos não muito elevados, um factor importante num cenário de crise financeira.

### 2.3 – *Magazines e talk-shows*

Nesta sociedade pós-moderna, que é a dos nossos dias, o indivíduo procura o sentido para a sua vida afastado das meta-narrativas. Já não interessam tanto os grandes modelos que prescrevem caminhos, importam antes retratos de vida de pessoas públicas e cidadãos anónimos nos quais nos revemos ou percebemos pistas que nos ajudam a reencontrar alguns dos nossos trilhos. Assumindo-se como um espaço do quotidiano, a televisão sabe que é também através de conversas informais que consegue criar um elo com o público. É através de um regime de convivialidade no interior das suas emissões que um canal institui uma proximidade com quem está do outro lado. Não se ignore também que muitas pessoas mantêm o ecrã ligado em determinados períodos do dia, essencialmente porque encontram aí uma companhia, uma espécie de “Amigo Público” (designação, aliás, que serviu de título a um magazine da tarde apresentado na RTP em finais dos anos 90). Daí que os magazines em períodos diurnos e os *talk-shows* em períodos nocturnos sejam géneros importantes num canal televisivo generalista a operar em aberto.

Tendo a vantagem de poderem albergar uma diversidade considerável de conteúdos, os magazines televisivos são uma espécie de “carrefour” onde é possível falar de tudo. Se qualquer grelha de programas ambiciona promover “encontros” com o público (Lochard e Boyer, 1995: 95), os magazines, pela regularidade das suas emissões e pela informalidade das conversas que aí decorrem, são um género privilegiado para se cumprirem esses objectivos. Através deles, poder-se-á veicular bastante informação, mas por eles passará também a busca de uma companhia para quem se sente sozinho. Daí que seja adequado que a sua inserção na grelha se situe nos períodos matinal e/ou da tarde.

Um dos eixos de referência deste género de programa é o apresentador. Será ele o principal impulsionador do elo que une o telespectador isolado a uma “comunidade imaginária” de muitos outros. Para que essa relação “vicária”

se torne menos irreal, é importante criar estratégias que transportem o cidadão para dentro do pequeno ecrã. Não nos referimos apenas à selecção diversificada de convidados, mas também a rubricas onde o cidadão comum tenha um espaço aberto para participar ou à criação de uma linha telefónica aberta através da qual cada um tenha a oportunidade de expor o seu ponto de vista. É tendo o direito à palavra que sentimos um quotidiano normal e democrático, será assim que um operador público de televisão poderá recriar pedaços da vida social que muitos não conseguem viver como gostariam.

Lugar privilegiado da “palavra profana”, o *talk-show* tem a vantagem de desenhar alguns contornos do espaço público contemporâneo, construído não apenas através de discursos racionais, mas desenhado também pelas emoções cada vez mais tidas em conta quando se analisa a estruturação social (Maffesoli, 2001). Enaltecendo a palavra-testemunho em detrimento da palavra dos especialistas, este género de programas coloca em cena um “dito” resultante de um “vivido” cujo valor é intrínseco ao sujeito que fala.

Facilmente se constata que o “*talk show*” poderá ser um terreno propício à exploração de dramas humanos, de lágrima fácil e desrespeitador dos direitos da pessoa, mas, quando assente em princípios éticos claros, ele também pode assumir-se como um momento de desconstracção e simultaneamente de aprendizagem, sem nunca abandonar um traço que lhe é intrínseco: o do espectáculo. Num trabalho sobre aquilo a que chama “televisão da intimidade”, Dominique Mehl deixa um alerta que nos parece pertinente: “no lugar de colocar em lados opostos o espectáculo e a reflexão, perguntemos se e como o espectáculo incita a pensar” (s/d: 181). Na nossa opinião deve ser este o raciocínio norteador de qualquer programa deste género. A diferença entre o que é inaceitável e aquilo que ajuda a perceber o que está em causa poderá estar na forma como se enquadram e exploram as emoções de quem fala.

#### 2.4 – Programação infantil<sup>8</sup>

Se respeitar o princípio da *igualdade*, um serviço público de televisão não pode negligenciar uma faixa etária específica: a das crianças e adolescentes que constituem um público em formação e, por isso, mais vulnerável a influências. Se não se esquecer um valor estruturante da TV pública, o da *diversidade*, qualquer projecto de programação infantil terá de ser pensado em função da pluralidade de experiências e de realidades socioculturais do respectivo público, sendo o compromisso com um “menu misto” o mais recomendado. Isto significa que qualquer programação pensada para este nível se rodeia de especiais cuidados, particularmente a de um operador público.

<sup>8</sup> Este ponto foi redigido com as notas de Cristina Ponte (autora do livro *Televisão para Crianças – O direito à diferença*, Lisboa, ESSE João de Deus, 1998) e de Sara Pereira (autora do livro *A Televisão em Família*, Braga, CESC, Universidade do Minho, 1999; está a desenvolver uma tese de doutoramento sobre a programação infantil dos canais hertzianos portugueses). Auscultou-se também a opinião de Manuel Pinto (autor do livro *A Televisão no Quotidiano das Crianças*, Edições Afrontamento, 2000).

Uma programação de todos e para todos, tal como vem sendo acordado quando se fala de um canal generalista de serviço público, implica, no caso da infância e da juventude, emissões dirigidas aos diferentes segmentos etários. No que ao panorama audiovisual português diz respeito, repara-se que, enquanto a faixa dos 7-10 anos tem sido privilegiada nos últimos tempos, a faixa até aos 3 anos tem sido praticamente esquecida e a idade pré-escolar começa a ser seduzida para os produtos televisivos dirigidos à faixa escolar.

Relativamente aos conteúdos, parece-nos que a produção nacional, porque falada em língua materna e assente numa realidade mais próxima da nossa idiossincrasia, seria preferível aos conteúdos importados, ainda que sejamos da opinião de que estes não devem estar, à partida, excluídos.

Nos finais dos anos 80 e início dos anos 90, a experiência da “Rua Sésamo”, uma co-produção da RTP com a Children’s Television Workshop (CTW), que há várias décadas mantém vivo este programa no canal público norte-americano, recorda que ideias exteriores à nossa realidade poderão ter sucesso. No entanto, não se esqueça também que este programa não foi directamente trasladado do outro lado do Atlântico para a grelha do canal público de TV. Antes mereceu um trabalho apurado de uma equipa específica que reuniu profissionais das ciências da educação, professores, artistas plásticos, actores, escritores, realizadores e produtores de televisão, na procura das formas mais conseguidas de apresentar aos mais novos conteúdos curriculares de natureza afectiva, cognitiva e social. Permitiu, deste modo, a constituição de uma massa crítica que tornaria possível dar continuidade ao formato em produção nacional em “O Jardim da Celeste”. Este investimento no público dos mais novos, um dos patrimónios da televisão pública, perdeu expressão nos últimos anos. Ainda que um canal generalista de televisão a operar em aberto esteja apto a estabelecer uma comunicação unidireccional com o receptor, isso não significa que não se possa descobrir estratégias para envolver os telespectadores a montante, durante e a jusante da emissão. Atender às perspectivas das próprias crianças, auscultar as suas opiniões seria, no fundo, atender aos direitos inscritos na Convenção sobre os Direitos das Crianças, ou seja, ao direito das crianças à opinião, à participação nos assuntos que lhes dizem respeito, à consulta directa.

Os direitos de participação surgem nos artigos 12º a 17º dessa Convenção. Esta estipula que os *media* têm o dever de divulgar informação para as crianças que seja benéfica do ponto de vista social, moral, educacional e cultural, e que o Estado deve tomar medidas para estimular a publicação de materiais adequados e para as proteger de elementos prejudiciais. É no sentido de um complemento ao que o mercado oferece, de valorização da cultura, da linguagem e da experiência dos mais novos, da diversidade, da garantia de acesso e da necessidade de esta questão ser enquadrada por recursos e condições para a concretização de programas de qualidade que se pronuncia a *Carta da Televisão para Crianças*, aprovada em 1995 na Cimeira Mundial sobre este tema. Deixamos aqui os seus vectores:

- As crianças devem ter programas de alta qualidade, feitos em especial para elas, e que não as explorem. Estes programas, que se somam ao entretenimento, devem permitir-lhes desenvolverem as suas potencialidades físicas, mentais e sociais.
- As crianças devem ouvir, ver e expressar a sua cultura, a sua linguagem e a sua experiência de vida, através de programas de televisão que afirmem o seu sentido de pessoas, de comunidade, de lugar.
- Os programas para crianças devem promover a consciência e a apreciação de outras culturas em paralelo com o seu contexto cultural.
- Os programas para crianças devem ser variados em género e conteúdo, mas não devem incluir cenas de violência ou sexo.
- Os programas para crianças devem ser emitidos de forma regular, quando elas estão disponíveis para os ver e/ou serem distribuídos por outros meios e tecnologias acessíveis.
- Devem ser postos à disposição fundos suficientes para que estes programas tenham elevada qualidade.
- Os governos e as organizações de produção, distribuição e financiamento devem reconhecer a importância e a vulnerabilidade da televisão do país e dar passos para a apoiar e proteger.

Sabendo-se que o consumo televisivo está condicionado pela disponibilidade do respectivo público-alvo e pode ser influenciado pela (ir)regularidade que os programas apresentam na grelha, uma programação infantil deve perseguir uma estratégia horária estável e regular, que seja conveniente para as crianças. Nesse sentido, devem ser valorizados os períodos da manhã e do fim de tarde (este último tem vindo a ser abolido nos últimos anos em quase todos os canais hertzianos).

Conceber e realizar programas que se apoiem em investigações apropriadas, centrados nas necessidades, nas características e nos desejos das crianças de diversos grupos de idade; que respeitem a inteligência, o julgamento crítico e a capacidade de reflectir da criança; que estimulem a imaginação e apresentem os diferentes meios de vida das crianças e que assegurem uma abertura ao mundo são pistas a seguir, quando se fala na programação infantil de um operador de serviço público de TV.

### 2.5 – *Artes do espectáculo*<sup>9</sup>

Ainda que tenha uma gramática específica, a televisão poderá constituir-se como um importante meio para consolidar a indústria do cinema, promovendo realizadores, dando visibilidade a actores desconhecidos e atraindo novos públicos que poderão facilmente transferir-se do pequeno para o grande ecrã.

<sup>9</sup> Integramos aqui o cinema, a música e o teatro. A parte referente a este último foi redigida com as notas de Isabel Medina, chefe de gabinete da empresa FOCO da RTP.

Da curta à longa-metragem, um serviço público tem aqui um vastíssimo campo de intervenção.

Existindo festivais que promovem a curta-metragem, nota-se que na televisão esta forma cinematográfica ainda continua a ser remetida para zonas muito sombrias. Ao promovê-la, um serviço público de televisão incentiva esta espécie de ensaio para projectos mais arrojados, dando, simultaneamente, visibilidade a um trabalho que se difunde longe do olhar do telespectador. Há ainda a vantagem de a respectiva produção não exigir investimentos avultados.

Outra das apostas de um serviço público de televisão situa-se ao nível dos telefilmes, em relação aos quais se deverá ser exigente em termos de *qualidade*. Ao incentivar filmes pensados propositadamente para o pequeno ecrã, a televisão pública descobriria novos guionistas, novos realizadores, novos actores, tirando do anonimato gente que poderá ter muito talento e poucas oportunidades de o rentabilizar. Para além de ajudar a consolidar uma escola de actores de televisão e cinema, um serviço público que fizesse desta forma de cinema uma aposta regular estaria, por outro lado, a criar nos telespectadores alguma familiaridade com a produção cinematográfica.

Quanto à longa-metragem, torna-se evidente que a estratégia de uma televisão pública não poderá ter como fim unicamente a rentabilidade dos produtos. No entanto, se a película se revela de *qualidade* não seria reprovável (pelo contrário) que se pensasse em estratégias aptas a rentabilizar o investimento feito na compra dos respectivos direitos de exibição. Por exemplo, poder-se-iam apresentar propostas de permutas de *spots* promocionais, de patrocínios de programas ou de emissões especiais sobre esse filme.

As co-produções de filmes, nomeadamente os de grande público, não estão, na nossa opinião, vedados a uma TV pública. Porque não identificamos um operador público com públicos marginais, não enjeitamos a possibilidade de ele se envolver com produções que tenham, num primeiro momento, um circuito comercial em salas de cinema; num segundo momento, uma comercialização em vídeo; e finalmente uma divulgação televisiva.

Pouco difundido pelo pequeno ecrã, mas já com alguns prémios internacionais, o cinema de animação feito em Portugal mereceria uma atenção especial do operador público. Com o permanente desenvolvimento das novas tecnologias, esta forma de cinema tem grandes potencialidades de encontrar novas formas de expressão. No entanto, se a divulgação se fizer em circuitos restritos, a margem de investimento será cada vez mais reduzida, resultando daqui a decadência de um género propício a grande inovação.

Sendo um meio da imagem, à televisão poderá parecer estranha uma forma de expressão que se faz sobretudo através do som, como é o caso da música. Não o pensamos, na medida em que toda a expressão musical se faz acompanhar de uma certa encenação que acentua a sua componente espectacular. E se há espectáculos que existem independentemente das transmissões televisivas, por

exemplo, concertos ou festivais, outros há que são pensados especialmente para o pequeno ecrã, como é o caso dos “video-clips” cuja produção poderá estar dependente das possibilidades de difusão televisiva.

Tendo como valor estruturante a *diversidade*, um serviço público de televisão tem de se preocupar com a música de massas e com a de públicos mais circunscritos. Se o “rock” mais conhecido cantado em português e inglês tem lugar cativo nas emissões, porque não exigir o mesmo para a música “metal”, o “punk” ou o “rock” alternativo? Se há lugar para a música moderna portuguesa, porquê não reivindicar o mesmo para a música tradicional? Se os grupos de música ligeira (portuguesa e estrangeira) aparecem com frequência, não terão o mesmo direito os músicos e cantores de jazz?

Outro dos valores importantes do serviço público é o da *identidade nacional*. Sendo o fado uma expressão idiossincrática dos portugueses e havendo um número razoável de casas de fado, que espaço consagra a televisão pública a esta forma de música?

Dirigindo-se a maiorias, mas também a múltiplas minorias, um serviço público também encontra na música clássica (a orquestral, os concertos, a música de câmara, a ópera, o canto lírico...) e na música coral (grupos infantis, juvenis e profissionais) um campo vasto de opções. Refira-se o papel importantíssimo que uma TV pública poderia ter na divulgação da chamada música clássica contemporânea. Para além de dar a conhecer novos nomes, seria uma forma de habituar o ouvido dos telespectadores a uma sonoridade em permanente renovação.

Várias visões se misturam, quando se fala da pertinência de uma união entre teatro e televisão. Há quem defenda que se trata de formas de expressão incompatíveis: o teatro exige a presença do actor ao vivo, a interacção da plateia e do público, a livre escolha do espectador em relação àquilo que vê. A gravação para televisão inibe essa estreita relação, o espectador é manipulado pelo realizador, já que este deverá planificar a acção, o que pressupõe uma leitura dramaturgica e o estabelecimento de linhas de força que poderão não coincidir com a leitura do espectador, se a este fosse dada a possibilidade de ver o espectáculo em palco. Se quisermos adoptar o ponto de vista dos mais puristas, poderíamos ir ao ponto de assegurar que a reportagem com público, numa sala de espectáculos, em plano geral, seria a única forma possível de transmissão. Uma solução contestada, pois o ecrã dos televisores reduz os actores a pequenas figuras perdidas no espaço, sem poder suficiente para atrair o espectador, afastando-o em vez de o cativar. Outra proposta, derivada da anterior, é a de gravar com público, mas dispondo as câmaras de forma a permitir planos aproximados. Também esta alternativa não encontra eco nos agentes teatrais: a luz utilizada em teatro não é suficiente para gravação, devendo ser alterada, num compromisso que acaba por não servir nem o espectáculo, nem a gravação. A projecção de voz exigida por uma sala de espectáculos soa estranhamente, quando captada pelos microfones. O resultado é sempre um produto híbrido. Uma solução mista, juntando

a gravação com público à gravação sem público, permitindo um resultado mais televisivo, será uma das propostas mais consensuais. Mas o problema mantém-se: o “olhar” do espectador continua a ser manipulado.

Face a estas divergências, parece-nos que a questão não deverá ser colocada em termos de teatro e televisão, meios que todos reconhecem serem diferentes. Isso não significa que o texto teatral não seja passível de ser trabalhado em televisão. Pelo contrário.

O texto teatral possui uma riqueza que raramente se encontra noutras textos: em pouco tempo, é-nos contada uma estória, de forma única e poderosa, com economia de cenários e de linguagem, permitindo aos actores interpretações que os guiões para televisão poucas vezes oferecem. As dramaturgias clássica, moderna e contemporânea constituem um leque imenso de autores ímpares da literatura, que não podem ser ignorados pelo grande público. Servir o público é dar-lhe a conhecer as grandes obras desde os Gregos, a Shakespeare, Molière, Cervantes, Gil Vicente, Garrett, T. Williams, Miller, Mamet, etc... A galeria é infindável. Ao ignorá-los, a televisão pública impede o acesso das massas ao conhecimento de um dos patrimónios mais ricos, inovadores, subversivos e universais.

Seria também importante não esquecer a necessidade de divulgação do que se faz em teatro no país. E há inúmeras companhias profissionais e amadoras a fazerem um trabalho de qualidade, sem, no entanto, terem qualquer oportunidade de mostrar o que fazem. Antes do aparecimento dos canais privados, a RTP, como Televisão de Serviço Público, apresentava semanal ou quinzenalmente, programas dedicados ao teatro. Muitos desses programas, constantes dos arquivos da RTP, são um tesouro inestimável para quem pretende conhecer a história do teatro em português. Assim se preserva a memória de muitos actores, encenadores e outros criadores de teatro. Que testemunho é legado às gerações vindouras, a partir de meados dos anos noventa? Onde se poderão encontrar excertos de peças destes tempos, entrevistas que mostrem a evolução do teatro em Portugal, os seus problemas, sucessos e fracassos? Com que dados se escreverá a difícil caminhada dos que lutam pela sobrevivência do teatro em Portugal?

### **3 – Outros vectores a considerar**

#### *3.1 – Religiões<sup>10</sup>*

Um tempo de antena reservado às diferentes confissões religiosas é um direito consagrado na Lei de Televisão e que um Protocolo entre a RTP e a Comissão do Tempo de Emissão das Confissões Religiosas, assinado em 16 de Maio de

<sup>10</sup> Este ponto foi redigido com as notas de Mário Marques, presidente da Comissão do Tempo de Emissão das Confissões Religiosas.

1997, regulamentou. Nele estipularam-se 30 minutos diários de antena, de segunda a sexta-feira, reservados aos vários credos. Foi assim que o programa “Fé dos Homens” albergou as seguintes religiões: Igreja Católica Romana, Aliança Evangélica Portuguesa, Comunidade Bahá’í de Portugal, Comunidade Hindu de Portugal, Comunidade Islâmica de Lisboa, Comunidade Israelita de Lisboa, Igreja Apostólica Católica Ortodoxa, Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias (Mormons), Igreja Velho Católica, Igreja Ortodoxa, União Portuguesa dos Adventistas do Sétimo Dia e a recém-criada União Budista portuguesa.

A continuidade deste espaço esteve dependente do protocolo acima referido que, entretanto, caducou, mas que um acordo com a Tutela prorrogou por um período de 60 dias que terminou no dia 16 de Julho de 2002, não havendo, até ao momento da escrita deste texto, decisões que garantam a sua continuidade. Poder-se-ia contrapor a esse protocolo a Lei de Televisão, mas não será suficiente lembrar a vasta comunidade católica romana e os cerca de 700 mil crentes das restantes confissões religiosas (cristãs e não-cristãs) que existem em Portugal para legitimar a presença de um espaço dedicado às religiões num serviço público de televisão?

### *3.2 – Protecção dos cidadãos portadores de deficiência<sup>11</sup>*

Cada deficiência impõe diferentes abordagens. A título de exemplo, será interessante notar que a forma de fazer face às limitações colocadas pela deficiência visual se baseia na utilização do som em substituição da imagem, solução que é, de todo, inconveniente para os portadores de deficiência auditiva. Há ainda, pelo menos, dois factores que introduzem maior heterogeneidade no universo das pessoas com deficiência e maior complexidade na sua abordagem. Temos, desde logo, a questão do grau. Refira-se o caso da deficiência visual. Para as pessoas totalmente cegas, ou com baixíssima visão, a informação escrita deve ser convertida em suporte sonoro ou em Braille, ao passo que para amblíopes (pessoas com baixa visão) a melhor solução será, provavelmente, apresentar o texto em caracteres de maior dimensão, escolhendo a melhor fonte e contraste. Para tornar tudo ainda mais complexo, temos as pessoas multideficientes. De facto, existe um conjunto não desprezível de pessoas que são portadoras de duas ou mais deficiências. Ainda a título introdutório, há que ter em atenção a dimensão deste universo: segundo o Censo de 2001, o universo das pessoas com deficiência em Portugal corresponde a uma percentagem 6,13%. Seria ainda importante ter em conta as pessoas com necessidades especiais, conceito que engloba as pessoas com deficiências, mas que vai além dele, incluindo também outros estratos populacionais que, pelas

<sup>11</sup> Este ponto foi redigido por Sérgio Gomes da Silva, jurista no Instituto de Comunicação Social, ex-membro da direcção da ACAPO e actual membro do Conselho Jurisdicional daquela associação; representante do Grupo de Trabalho de Acesso à Informação da União Europeia de Cegos.

suas circunstâncias, têm necessidades específicas. Este conceito é pertinente porque os bens, recursos, conteúdos, infra-estruturas ou quaisquer outras coisas, quer materiais, quer imateriais, de um modo geral são concebidos tendo em conta um tipo de pessoa, o Homem “normal”, ao qual, em boa verdade, poucos indivíduos correspondem. Entre outras categorias, serão pessoas com necessidades especiais:

- a) pessoas com deficiência (aproximadamente 10% da população);
- b) pessoas com baixos níveis de literacia<sup>12</sup>;
- c) pessoas idosas;
- d) acamados e outras pessoas com doenças de longa duração.

A consideração não apenas das pessoas com deficiência mas também de outras categorias de pessoas com necessidades especiais é produtiva, pois as soluções a adoptar para as primeiras poderão ser aproveitadas pelas segundas, aumentando significativamente o universo dos seus destinatários.

Para reflectir sobre os caminhos a trilhar por um serviço público de televisão de modo a satisfazer as pessoas com deficiência, começamos por distinguir dois vectores:

- a acessibilidade;
- os conteúdos.

A *acessibilidade* tem a ver com a possibilidade de as pessoas usufruírem dos bens, recursos ou conteúdos que são colocados ao seu dispor. A abordagem ideal é a do “design for all” (“desenho universal”) que consiste no princípio de que os bens, infra-estruturas, recursos ou conteúdos devem ser concebidos tendo em conta as especificidades ou necessidades do maior número possível de indivíduos. Quanto a medidas que melhoram o grau de acessibilidade das emissões televisivas, apontamos as seguintes:

- Dobragem de programas em língua estrangeira;
- Utilização de tecnologia que permita a conversão das legendas escritas em informação sonora (“audio captioning”);
- Utilização da áudio-descrição, que se consubstancia na introdução de informação sonora sobre determinados aspectos que são essenciais para que alguém que não consegue acompanhar cabalmente a narração visual da história a possa compreender. Essa informação incidirá, designadamente, sobre o contexto, acções, expressões faciais, gestos e movimentos;

<sup>12</sup> De acordo com o estudo da OCDE “Literacy in the Information Age”, publicado em 2000, 77% da população portuguesa tem baixos níveis de literacia. Segundo este estudo, são consideradas com baixos níveis de literacia as pessoas que, numa escala de 1 a 5, estão no nível 3 ou inferior.

- Tradução para língua gestual e para legendas de toda a informação relevante apresentada sob a forma sonora<sup>13</sup>;
- Possibilidade de o utilizador escolher o tipo de fonte, o tamanho, o contraste e outras características das legendas, bem como a dimensão da janela em que aparece o tradutor e de outros elementos relevantes para a sua percepção.

Com a introdução da televisão digital, surgem novos problemas de acessibilidade que devem ser acautelados. Do ponto de vista tecnológico, a forma de garantir o acesso poderá passar pela adopção de soluções similares às adoptadas para permitir o acesso aos sistemas informáticos convencionais, ou seja:

- disponibilizar a informação em formatos pré-definidos e reconhecíveis por leitores de ecrã (“screen readers”);
- dotar os equipamentos de leitores de ecrã de sintetizadores de voz e de conexões para periféricos como linhas braille.

Algo importante para que as pessoas com deficiência possam tirar (maior) proveito dos programas televisivos tem a ver com aquilo a que, talvez, se possa chamar a qualidade da realização. Factores como:

- a qualidade/definição/clareza da imagem;
- o jogo de cores utilizado e o respectivo contraste;
- a simplicidade da linguagem e da narrativa;
- a eliminação de “ruídos”;

podem potenciar a utilidade dos programas televisivos para as pessoas com deficiência.

Quanto aos *conteúdos* propriamente ditos, será pertinente notar que os diversos grupos de pessoas com deficiência possuem necessidades específicas de programação, designadamente ao nível da informação, que não são preenchidos pela actividade corrente das televisões. Atendendo a que vivemos numa época em que tudo aquilo que “não passa” na televisão é votado a uma espécie de submundo obscuro, é fundamental que as pessoas com deficiência não sejam ignoradas pela televisão, sob pena de a sua aceitação social, em vez de melhorar, piorar. Assim, seria importante que os programas televisivos, por exemplo os de ficção, incluíssem, entre o seu elenco, personagens com deficiência, apresentando-as de um modo natural, não recorrendo a estereótipos como os do “coitadinho” ou do “génio”.

<sup>13</sup> A língua gestual não deve apenas aplicar-se aos discursos ou diálogos. Por exemplo, pode ser indispensável para a compreensão do programa saber que um carro buzinou ou que se ouviu o barulho de uma porta a fechar ou de um estalido.

Seria também particularmente importante que as pessoas com deficiência não fossem discriminadas no acesso à televisão. Recorde-se que, num passado recente, foram tornados públicos casos de pessoas que viram vedada a sua participação em concursos televisivos por estes não terem sido pensados também para elas.

## Nota final

Os vectores atrás enunciados constituem, na nossa opinião, pistas a ponderar, quando se fala de um serviço público de televisão. Haverá eventualmente outros a considerar. Com diferentes argumentos e perspectivas Os que são aqui destacados correspondem a um entendimento de serviço público que deixámos nas primeiras páginas deste capítulo e que é partilhado por muitos investigadores que tomam o audiovisual como objecto de análise.

Propositadamente, não propusemos qualquer grelha de programação, nem tão-pouco avançámos com palpites sobre o número de canais obrigatórios numa televisão de serviço público. O nosso propósito é (apenas) o de contribuir para alargar o debate em torno desta problemática, tornando visíveis alguns dos seus meandros.

## Bibliografia

- BLUMLER, JAY (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- BLUMLER, JAY E HOFFMAN-RIEM, WOLFGANG (1992), “New Roles for Public Service Television” in Jay Blumler (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- CEBRIAN HERREROS, MARIANO (1998), *Información Televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Ed. Síntesis.
- CHALVON, SABINE (2001) “Fiction et expérience”, Conferência proferida nos Cursos de Arrábida, subordinados ao tema “Públicos, televisão” (texto policopiado).
- COELHO, JOÃO NUNO (2002) *Portugal, a Equipa de Todos Nós – Nacionalismo, futebol e media*, Ed. Afrontamento.
- CORTÉS JOSÉ ANGEL (1999), *La estrategia de la seducción. La programación en la neo-television*, Eunsa.
- DAHLGREN, PETER (1997), “El periodismo televisivo como catalizador” in Daniel Dayan (ed.), *En busca del público*, Gedisa Editorial, Barcelona.
- ECO, UMBERTO (1985), “De la paléo-télévision à la néo-Télévision”, *La Guerre du faux*, Grasset.
- EHRENBERG, ALAIN (1995), *L'Individu incertain*, Col. Pluriel.
- ESQUENAZI, JEAN-PIERRE (ed.) (1997), *La Communication de l'information*, Coll. Champs Visuels, Éditions L' Harmattan, Paris.

- GIDDENS, ANTHONY (1998), *Sociología*, Ed. Alianza Editorial, 3.<sup>a</sup> ed.
- GONZALEZ REQUENA, JESÚS (1995), *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Catedra. Madrid.
- HOFFMAN-RIEM, WOLFGANG (1992), "Protecting Vulnerable Values in the German Broadcasting Order" in <http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/television/tv-index.htm>  
<http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/television/tvpublicacalidad.htm>
- ISAR, HERVÉ (1995), *Le Service public et la communication audiovisuelle*, Presses Universitaires d'Aix-Marseille, Collection Droit de l'Audiovisuel.
- JOST, FRANÇOIS (2001), *La Télévision du quotidien : Entre réalité et fiction*, Ed. De Boeck Université, Bruxelles.
- JOST, FRANÇOIS; LEBLANC, GÉRARD (1994), *La TV française - Au jour le jour*, Ed. INA/anthropos.
- KATZ, ELIHU; DAYAN, DANIEL (1999), *A História em Directo - Os acontecimentos mediáticos na televisão*, Ed. Minerva, Coimbra.
- LACALLE, CHARO (2001), *El espectador televisivo - Los programas de entretenimiento*, Ed. Gedisa.
- LACHAUME, JEAN-FRANÇOIS (1989), *Grands services publics*, Masson, Paris.
- LE DIBERDER A. E COSTE-CERDAN, N. (1990), *Romper las cadenas. Introducción a la post-televisión*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona.
- LEBLANC, GÉRARD (1987), *Treize heures/Vingt heures - Le monde en suspens*, Hitzeroth.
- LOCHARD, GUY ET BOYER, HENRI (1995). *Notre écran quotidien*, Dunod, Paris.
- LOPES, FELISBELA (1999) *O Telejornal e o Serviço Público*, Ed. Minerva, Coimbra.
- LUHMANN, NIKLAS (1992). *A Improbabilidade da Comunicação*, Ed. Veja, Passagens.
- MACÉ, ERIC (2000). "Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés", *Réseaux*, n° 104.
- MAFFESOLI, MICHEL (2001), *O Eterno Instante: O retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*, Ed. Piaget, Col. Epistemologia e Sociedade.
- MARTÍN BARBERO ET AL. (2000), "Televisión Pública, Cultural, y de Calidad", *Revista Gaceta*, n° 47 Ministério de Cultura (documento consultado em: <http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/television/tvpublicacalidad.htm>)
- MAZZOLENI, GIANPIETRO (1992), "Is there a Question of Vulnerable Values in Italy?" in Jay Blumler (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- MCQUAIL, DENIS (1992), "The Netherlands: Safeguarding Freedom and Diversity under Multichannel Conditions" in Jay Blumler (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- MCQUAIL, DENIS (1994), *Mass Communication Theory - An introduction*, Sage Publications, 3<sup>rd</sup> Ed. London.
- MEHL, DOMINIQUE (1993), "Décideurs et professionnels : les fractures" in *Sociologie du Travail*, XXXV/4, Dunod.

- MEHL, DOMINIQUE (s/d), *La Télévision de l'intimité*, Essai Politique, Seuil.
- MISSIKA, JEAN-LOUIS ET WOLTON, DOMINIQUE (1983), *La Folle du Logis : La télévision dans les sociétés démocratiques*, Gallimard, Paris.
- NEGRI, ALBERTO; SIGNORELLI, PAOLO; E DE BERTI, RAFFAELLI (s/d), "Scènes de la vie quotidienne" in *Sociologie de la Communication* (dir.) Paul Beaud et al., Ed. CENT, Col. Réseaux, Paris.
- NEL, NOËL (1990), *Le Débat télévisé*, Armand Colin.
- PEREIRA, SARA (1999), *A Televisão em Família*, CESC, Universidade do Minho, Braga.
- PINTO, MANUEL (2000), *A Televisão no Quotidiano das Crianças*, Edições Afrontamento.
- PONTE, CRISTINA (1998), *Televisão para Crianças, o Direito à Diferença*, ESSE João de Deus, Lisboa.
- PONTIER, JEAN-MARIE (1996), *Les Services publics*, Hachette Supérieur, Paris.
- RICHEN, GIUSEPPE "Aqui, Europa" in *La Televisión Que Viene: nuevas tendencias en programación*, de Carmen Peñafiel et al., Servicio Editorial Universidad del País Vasco, Bilbao, 1991.
- RIZZA, NORA (1989), *Construire palinsesti. Modalità logiche e stili della programmazione televisiva tra pubblico e privato*, RAI-VQPT – ver Réseau, n° 44-45
- RUBIN, A. M. (1984), "Ritualized and Instrumental TV Viewing", *Journal of Communication*, 34 (3).
- SAPERAS, ENRIC (1993), *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas*, Edições Asa.
- SILVERSTONE, ROGER (1998), "Television, Myth and Culture" in Carey, J. W. *Media, Myths and Narratives. TV and Press*, Beverly Hills, Sage.
- TERRIBAS, MÓNICA Y PUIG, CARMINA (s/d) "La teatralización de la esfera privada y la hibridación de los géneros televisivos. El caso Big Brother" (documento consultado em: Tisseron, Serge (2002), *L'Intimité surexposée*, Ed. Ramsay.
- WOLTON, DOMINIQUE (1992), "Values and Normative Choices in French Television" in Jay Blumler (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- WOLTON, DOMINIQUE (1997), *Penser la communication*, Ed. Flammarion.

### **Relatórios**

- (1989), BROADCASTING RESEARCH UNIT, *Quality in Television – Programmes, Programme-Makers, Systems*, London, John Libbey & Company.
- (1994), *L'Avenir de la télévision publique*, Collection des Rapports Officiels, La Documentation Française, Paris.

### **Revistas**

- JJ, *JORNALISMO E JORNALISTAS*, n° 9, Janeiro/Março de 2002 – Entrevista com a Provedora para a Programação da TV pública francesa, Geneviève Guichenev, feita por Felisbela Lopes.