



SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO-DIFUSÃO EM PORTUGAL:
DO CONTROLO IDEOLÓGICO AO FIM DA REPRESENTATIVIDADE SOCIAL

SÍLVIO MANUEL RODRIGUES CORREIA DOS SANTOS
FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA, 2011



DISSERTAÇÃO DE DOUTORAMENTO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, ESPECIALIDADE
DE MEDIA E SOCIEDADE, APRESENTADA À FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE
DE COIMBRA, SOB A ORIENTAÇÃO DA PROFESSORA DOUTORA ISABEL FERIN CUNHA

SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO EM PORTUGAL:
DO CONTROLO IDEOLÓGICO AO FIM DA REPRESENTATIVIDADE SOCIAL

SÍLVIO MANUEL RODRIGUES CORREIA DOS SANTOS
FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA, 2011

AGRADECIMENTOS

Se conseguisse descrever completamente o processo de realização desta tese aos alunos que me perguntam se devem redigir no singular ou no plural, seria capaz de lhes dissipar quaisquer dúvidas.

No final deste processo gostaria de expressar o meu profundo agradecimento à minha orientadora, a professora doutora Isabel Ferin Cunha, pela confiança que depositou no meu trabalho, pela constante disponibilidade e pela sólida orientação científica.

Obrigado, Mariana Moura Ramos.

Sinto ainda uma franca gratidão, seguramente expressa para além desta página, em relação aos bons e pacientes conselhos da Susana Sampaio Dias, da Ana Isabel Cunha, da Ana Teresa Peixinho e do Paulo Estudante.

E porque todos os desafios científicos ou operacionais só seriam possíveis se alguém se encarregasse de manter o mundo em equilíbrio, tenho a certeza de que tudo isto se deve, de igual forma à minha Mãe. À Ana. Ao Francisco e à Isabel. E aos meus filhos. Um à partida, dois à chegada.

A disponibilidade do arquivo da RTP para me receber dias a fio não pode ser esquecida. O Manuel, a Elizabete e a Sílvia demonstraram uma enorme paciência pela qual não posso senão ficar agradecido. Ainda na RTP, o Virgílio Silva e a Vera Roquette tiveram a amabilidade de me ajudar com algumas das complexidades desse enorme acervo de dados sobre audiências.

Pelas preciosas pistas, esclarecimentos ou outras informações sinto-me grato ao Jorge Guimarães Silva, ao João Paulo Meneses, à professora doutora Helena Sousa, ao José Manuel Nunes, à Carolina Ferreira e aos professores doutores Filipe Cabral Pinto e Rita Basílio.

O problema, nesta altura, são os ausentes, esquecidos na vertigem dos prazos. A eles, reitero aqui o meu obrigado, seguramente já expresso noutra contexto.

ÍNDICE

RESUMO	13
INTRODUÇÃO	15
OBJETIVOS	17
QUESTÕES METODOLÓGICAS	19
1ª PARTE: ENQUADRAMENTO TEÓRICO	23
I O SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO DE TRADIÇÃO EUROPEIA	25
I.1 O CONCEITO DE SERVIÇO PÚBLICO: DA TRADIÇÃO FRANCESA À EXISTÊNCIA NUM MERCADO ÚNICO.....	25
I.2 A RÁDIO E OS MEDIA DE SERVIÇO PÚBLICO NA EUROPA: DO MONOPÓLIO À ABERTURA DOS MERCADOS	35
I.3 O MOSAICO EUROPEU: DIVERSIDADES NO SERVIÇO PÚBLICO	47
II DA LEGITIMAÇÃO POLÍTICA ÀS POSSIBILIDADES DE EXPANSÃO: OS LIMITES DO POSICIONAMENTO DO SERVIÇO PÚBLICO	59
II.1 EVOLUÇÃO DA POLÍTICA EUROPEIA PARA OS <i>MEDIA</i> PÚBLICOS	59
II.2 O FINANCIAMENTO	68
II.3 A REDEFINIÇÃO DAS FRONTEIRAS DA MISSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO	79
II.4 A AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO DO SERVIÇO PÚBLICO	90
III A SUPERAÇÃO DO MODELO DE SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO PELO MODELO DE MEDIA DE SERVIÇO PÚBLICO: OPORTUNIDADES E DESAFIOS	95
III.1 SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO: PRINCÍPIOS E PRÁTICAS PARA UMA SIGNIFICAÇÃO MÚLTIPLA ...	95
III.2 A SEGUNDA CRISE DO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO	109
III.3 O NASCIMENTO DOS <i>MEDIA</i> DE SERVIÇO PÚBLICO	122
III.4 LIMITAÇÕES À ATIVIDADE DO SERVIÇO PÚBLICO NO SÉCULO XXI	127
III.5 SERVIÇO PÚBLICO NO SÉCULO XXI: A LEGITIMIDADE DO CONTRAPESO E	132
IV O FUTURO DA RÁDIO DE SERVIÇO PÚBLICO	139
IV.1 O ESTUDO DA RÁDIO	139
IV.2 A TERCEIRA IDADE DA RÁDIO: O FRACASSO DO DAB E O SUCESSO DAS MÚLTIPLAS PLATAFORMAS	142
IV.3 A RÁDIO PÚBLICA NO SÉCULO XXI	155
IV.4 AS APOSTAS DA RÁDIO DE SERVIÇO PÚBLICO: OS <i>MEDIA</i> MÓVEIS E A INTERNET	166
IV.5 A RÁDIO DIGITAL AINDA É RÁDIO?	175

2ª PARTE: ESTUDOS EMPÍRICOS	177
V A EMISSORA NACIONAL.....	179
V.1 DO PIONEIRISMO À REGULAMENTAÇÃO.....	179
V.2 A CRIAÇÃO DA RÁDIO OFICIAL	183
V.3 OS PRIMEIROS ANOS DA EN	186
V.4 A DÉCADA DE 40: A SEDIMENTAÇÃO.....	192
V.5 A DÉCADA DE 50: A EXPANSÃO	199
V.6 A DÉCADA DE 60: A LUTA IDEOLÓGICA	209
VI A RÁDIO E TELEVISÃO PORTUGUESA	227
VI.1 A DÉCADA DE 70: OS ANOS TURBULENTOS DO NASCIMENTO DA RDP	227
VI.2 A DÉCADA DE 80: A REESTRUTURAÇÃO	259
VI.3 A DÉCADA DE 90: A MAIORIDADE	285
VII A RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL.....	313
VII.1 A APROXIMAÇÃO DOS MEDIA PÚBLICOS.....	313
VII.2 A REESTRUTURAÇÃO DO AUDIOVISUAL PÚBLICO	320
VIII A RDP PERANTE O MERCADO E OS PORTUGUESES.....	339
VIII.1 BREVE NOTA INTRODUTÓRIA SOBRE AS AUDIÊNCIAS.....	339
VIII.2 O ESTUDO DAS AUDIÊNCIAS NA RDP	340
VIII.3 METODOLOGIA E PERTINÊNCIA DA ANÁLISE	341
VIII.4 POSIÇÃO NO MERCADO	351
VIII.5 CARACTERIZAÇÃO DA AUDIÊNCIA.....	354
VIII.6 PERCEÇÕES ACERCA DA IMAGEM DA RDP	369
CONCLUSÕES.....	389
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	397

ÍNDICE DE QUADROS

QUADRO 1 DIVERSIDADES NO FINANCIAMENTO EM PAÍSES EUROPEUS. FONTES: EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2010); WEBSITE DO GABINETE PARA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (2010).	71
QUADRO 2 DISTRIBUIÇÃO E UTILIZAÇÃO DE FREQUÊNCIAS. FONTE: EBU	129
QUADRO 3 RÁDIOS PÚBLICAS NA EUROPA.....	163
QUADRO 4 ESTUDO GERAL DE MEIOS, NORMA, 1976	343
QUADRO 5 ESTUDO GERAL DE MEIOS, NORMA, JUNHO 1980.....	344
QUADRO 6 ESTUDO GERAL DE MEIOS, NORMA, FEVEREIRO 1985	345
QUADRO 7 ESTUDO GERAL DE MEIOS, NORMA, JANEIRO 1990	345
QUADRO 8 ESTUDO BAREME RÁDIO, MARKTEST, 4º TRIMESTRE 1995	346
QUADRO 9 “OPINIÃO E EFEITOS – ANÁLISE DE UM CONJUNTO DE PROGRAMAS EXPERIMENTAIS PRODUZIDOS POR EQUIPAS DE REALIZAÇÃO DA RDP”, RDP, 1976	346
QUADRO 10 “ESTUDO DE AUDIÊNCIA E OPINIÃO”, NORMA, 1977.....	347
QUADRO 11 “A IMAGEM DA RDP, DOS SEUS CANAIS E DA CONCORRÊNCIA”, RDP, 1979	347
QUADRO 12 “OPINIÃO SOBRE A RDP E A SUA PROGRAMAÇÃO”, ESTUDO MULTICLIENTES, TEOR, 1981	348
QUADRO 13 “ESTUDO DE AUDIÊNCIA E OPINIÃO NA REGIÃO DA GRANDE LISBOA”, ESTUDO MULTICLIENTES, NORMA/RDP, 1986	348
QUADRO 14 “ESTUDO DA IMAGEM INSTITUCIONAL DA RDP/EP”, CEMASE, 1989	349
QUADRO 15 “ESTUDO DE IMAGEM DE COMUNICAÇÃO SOCIAL”, QUANTUM, 1993	349
QUADRO 16 “ESTUDO DE OPINIÃO”, EUROSONDAGEM, 2000	350

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 EVOLUÇÃO DAS PLATAFORMAS DE TRANSMISSÃO DAS RÁDIOS PÚBLICAS EUROPEIAS (EBU, 2004).....	165
FIGURA 2 COMPARAÇÃO DA PENETRAÇÃO NO MERCADO ONLINE DOS MEMBROS DA UER	171
FIGURA 3 SERVIÇOS PAGOS (SÍTIO DA RTP, FRAME DE 29 DE SETEMBRO DE 2011).	334
FIGURA 4 PUBLICIDADE (SÍTIO DA RTP, FRAME DE 29 DE SETEMBRO DE 2011).	335
FIGURA 5 EVOLUÇÃO AUDIÊNCIA NA VÉSPERA	351
FIGURA 6 AUDIÊNCIA CANAIS RDP.....	352
FIGURA 7 AUDIÊNCIA CANAIS NUM DIA MÉDIO 1995	353
FIGURA 8 AUDIÊNCIA DIÁRIA TOTAL EM DIA MÉDIO 1995	353
FIGURA 9 SHARE DE AUDIÊNCIA 2000/2002	354
FIGURA 10 AUDIÊNCIA POR SEXOS ANTENA 1.....	355
FIGURA 11 AUDIÊNCIA POR SEXOS ANTENA 2.....	355

FIGURA 12 AUDIÊNCIA RDP CLASSES SOCIAIS	356
FIGURA 13 AUDIÊNCIA POR CLASSE SOCIAL 2002 (CANAIS)	357
FIGURA 14 AUDIÊNCIA ANTENA 1 (IDADES).....	358
FIGURA 15 ANTENAS 2 E 3 (IDADES)	359
FIGURA 16 RC OM (IDADES)	360
FIGURA 17 AUDIÊNCIA ANTENA 1 (REGIÕES)	361
FIGURA 18 AUDIÊNCIA ANTENA 2 (REGIÕES 2002)	361
FIGURA 19 HORAS AUDIÇÃO RÁDIO 1976 (PERCENTAGENS)	362
FIGURA 20 AUDIÇÃO ESTAÇÕES AO LONGO DIA 1976 (PERCENTAGENS).....	363
FIGURA 21 POSSE DE RÁDIO COM FM (1976).....	363
FIGURA 22 AUDIÊNCIA ESTAÇÕES LONGO DO DIA 1980 (PERCENTAGENS)	364
FIGURA 23 AUDIÊNCIA ESTAÇÕES LONGO DO DIA 1985 (PERCENTAGENS)	365
FIGURA 24 AUDIÊNCIA ESTAÇÕES LONGO DO DIA 1990 (PERCENTAGENS)	366
FIGURA 25 AUDIÇÃO DE RÁDIO AO LONGO DO DIA 1990	367
FIGURA 22 SHARE PERÍODOS HORÁRIOS 1995 (PERCENTAGENS)	368
FIGURA 26 SHARE CANAIS TOTAL RDP 1995.....	369

RESUMO

O serviço público de radiodifusão surge em Portugal ainda na década de 70. Ele resulta da nacionalização de quase todas as rádios privadas e da sua junção à rádio oficial do Estado Novo. A RDP nasce com uma estrutura, com uma dimensão e com um modelo de gestão pouco próximos do que caracteriza os operadores públicos modernos. Foi, no entanto, percorrido um longo caminho, desde então. Passam 20 anos até que a RDP se torne um organismo estável, equilibrado e de efetivo serviço público. Este trabalho analisa o caminho percorrido, com raízes na estação oficial, enquadrando-o em diversos contextos, nomeadamente, sociais, europeus, políticos, económicos e tecnológicos. Ao mesmo tempo, o percurso é enquadrado no âmbito do sector radiofónico português, refletindo preferências e perceções do público e do mercado, através da análise de estudos de audiência. Recentemente, a rádio pública juntou-se à televisão, corporizando um modelo integrado de serviço público. Os seus desafios concetuais e as suas perspetivas de evolução são, também, abordadas, dando a esta investigação um horizonte aberto, perante as possibilidades de reestruturação ou privatização parcial.

ABSTRACT

The Portuguese public radio (RDP) was created in the 70s. It's the outcome of a nationalization process where all private stations were merged within the state radio (one major exception stands out, the Catholic radio station). A long way has been made since those first years. RDP's original structure was oversized and the management was inadequate. It took 20 years for RDP to become a stable organization, with balanced finances and an effective, socially responsible public service. This study analyzes the evolution of the public radio as it traces its roots back to the state's media. The Portuguese public radio is taken under consideration through its various contexts, from social, to European, political, economic and technological backgrounds. In order to provide a more solid basis for our framework we analyse periodical audience studies. That data offers substantial information on the Portuguese perception of the public radio's brand and performance. Recently, public radio and television have been merged into an sole operator. It's conceptual challenges and development perspectives are also discussed, leading this research to a wide horizon facing a foreseeable downsizing or even partial privatization.

14 | SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO EM PORTUGAL:

DO CONTROLO IDEOLÓGICO AO FIM DA REPRESENTATIVIDADE SOCIAL

INTRODUÇÃO

“What a stupid waste of time! Radio? Are you serious? What century are you in?”

Michael Moore (Mullane, 2005)

“Radio has become naturalized - so much that it is difficult to establish its significance” (Tacchi, 2000:290).

Algures entre o anacronismo e a invisibilidade. Assim há quem veja a rádio. Claramente, a capacidade de adaptação e evolução da rádio mostram que ela não está, de forma alguma, desfasada do seu tempo. Esse equívoco é notório neste trabalho. Já a invisibilidade da rádio é uma característica evidente. A rádio é ignorada porque não se dá por ela. Porém, ela continua omnipresente. Sobretudo nas sociedades desenvolvidas, ela é o que se chama de dado adquirido ou naturalizado (Tacchi, 2000; Lewis, 2000). É assim porque a sua audição é, maioritariamente, distraída e secundária. Porque o próprio recetor está de tal forma presente na matriz do quotidiano (Scannell, 1995), que os rádios são vistos como não-intrusivos ou invisíveis (Winocur, 2005). Mas essa não-imposição (que, aliás, pode deixar de ser a regra, se olharmos as potencialidades dos novos recetores), não faz dela um objeto de estudo menos apreciável. Afinal, a rádio é o único meio verdadeiramente universal.

No entanto, os estudos da rádio são uma área pouco desenvolvida academicamente (Tacchi, 2000; Lewis, 2000). Se compararmos as três áreas clássicas dos *media*, a rádio será, porventura, a que menos reconhecimento académico tem. Essa é uma realidade portuguesa. O mesmo acontece no Brasil (Meditsch, 1999) e em Espanha (Arboledas, 2008), apenas para citar os casos mais próximos. Pease e Dennis chamaram-lhe o meio esquecido (1995). Lewis (2000), que lhe chamou o meio invisível, considera que isso se deve ao estatuto do som, quando comparado com a absorvente e sensorialmente mais rica imagem televisiva. Essa é, na verdade, uma falácia, uma vez que a experiência de um conteúdo radiofónico bem produzido pode ser sensorialmente tão rica como a que é proporcionada por um programa televisivo (Bolls, 2002: 558). Mas, no quotidiano, não é esse o raciocínio prevalente.

Porém, este trabalho não é sobre a rádio. É sobre a rádio de serviço público. E isso transforma-o numa abordagem a uma esfera duplamente secundária. O serviço público de radiodifusão não tem em Portugal, tal como no resto do mundo, a mesma visibilidade que tem o seu congénere televisivo. Constatámo-lo quando, em 2002 e 2003 se discutiu e implementou a reestruturação do sector audiovisual público em Portugal. Tal foi evidente na forma como a rádio foi relegada para segundo plano no debate e como o seu enquadramento final foi, muito possivelmente, ditado maioritariamente pela situação financeira da televisão.

Esta subordinação da rádio é patente na própria literatura em língua inglesa sobre o tema. A expressão *Public Service Broadcasting* (PSB) tem uma dimensão aglutinadora, que inclui tanto a rádio como a televisão. Assim, são, efetivamente, raros os trabalhos que se debruçam sobre a rádio de serviço público.

Não é, pois, difícil enquadrar as motivações que nos levaram a escolher este tema. Primeiramente, existia um evidente interesse, que resultava de mais de uma década de ligação profissional à rádio pública. Essa experiência mostrou-nos, com grande evidência, a multiplicidade de visões e equívocos em torno de uma mesma aplicação quotidiana do serviço público (SP). Essa percepção tornou-se ainda mais evidente durante a reestruturação dos operadores públicos em Portugal. Ao mesmo tempo, a ligação ao meio académico esbarrava constantemente com a escassez de produção científica na área da rádio. É neste contexto que a escolha de um tema duplamente secundarizado não poderia ser mais evidente.

O nosso objeto de estudo é, pois, a rádio de serviço público em Portugal. Embora, como iremos explicar, tenhamos optado por uma abordagem diacrónica de maior amplitude, o cerne do nosso trabalho é a rádio pública, isto é, a Radiodifusão Portuguesa (RDP). Trata-se de um objeto que se pode classificar como inexplorado no contexto académico¹, apesar de algumas breves incursões que serão citadas no trabalho. Existe em Portugal alguma pesquisa sobre o serviço público, mas situada no âmbito da televisão (Cádima, 2002; Lopes, 1999, ou Carvalho, 2009). Deve ainda referir-se que, à data do início da nossa investigação (2009/10), não existia uma abordagem histórica integral como a que propomos, abarcando a Emissora Nacional (EN), a RDP e a RTP². O destaque dado, no âmbito geral, à Antena 1, justifica-se pelo facto de ser o canal de SP bandeira da estação dada a sua maior antiguidade.

As consequências do desenvolvimento político e económico de Portugal entre 2005 e 2011 caem já fora do âmbito do nosso trabalho. No entanto, elas mostram a relevância do objeto escolhido. Afinal, a reestruturação da rádio pública ainda não foi concluída. O sector público de comunicação ainda não adquiriu uma forma definitiva. E este trabalho, mais do que um que ponto de chegada, transforma-se, subitamente num ponto de partida. No momento em que se confirma a alienação de um canal de televisão e novos cortes de pessoal e financiamento no operador, para onde vai a rádio de serviço público em Portugal?

A abordagem teórica adotada parte de uma perspetiva ampla sobre o serviço público. O conceito é analisado transversalmente, independentemente da plataforma em causa. Essa opção resulta do facto de muitos dos problemas e reflexões aqui apresentados se referirem à televisão. Porém, entendemos

¹ Notem-se, apesar disso, teses recentes no âmbito de mestrado e licenciatura como as de Pacheco (2010), sobre a migração para o contexto *online* da rádio pública (2010), ou a de Monteiro (2008) sobre a Antena 3.

² A sigla RTP tornou-se conhecida como designação da Radiotelevisão Portuguesa, a televisão pública. Depois da junção da rádio e da televisão públicas, como será adiante explicado, a sigla passou a abarcar todo o contexto audiovisual público. O seu desdobramento passou a significar Rádio e Televisão de Portugal. A sigla surge neste trabalho, referindo-se às duas realidades. No entanto, tentámos assegurar que o contexto não permitia qualquer confusão.

que tal opção não nos faz cair na já descrita secundarização da rádio, e encontramos várias justificações para tal. Em primeiro lugar, muitas das reflexões que academicamente são feitas sobre a televisão pública são decalcáveis para a rádio. Por outro lado, embora cronologicamente desfasados, alguns dos desafios que os operadores públicos de rádio enfrentaram foram semelhantes aos dos operadores de televisão. Os desafios da convergência são, claramente, paralelos, quando não são, efetivamente, coincidentes. Evidentemente, há questões que não se colocaram da mesma forma no sector da rádio, porque o sector não se desenvolveu ainda nesse sentido, como por exemplo o financiamento através de subscrição. De todo o modo, essa triagem contextual é sempre feita ao longo do trabalho. Mas, mais importante ainda para compreender esta nossa opção, é o facto de termos caminhado, em Portugal, para uma junção dos operadores públicos. A integração da rádio e da televisão públicas em Portugal, nasceu de muitas das dimensões da crise do SP que afetaram de forma mais contundente a televisão. A compreensão do processo que levou à criação da Rádio e Televisão de Portugal só é possível através desta abordagem mais ampla.

OBJETIVOS

Em 2010, foram comemorados pela RTP os 75 anos da rádio pública em Portugal. Essa poderia ter sido a ignição deste trabalho. A Emissora Nacional (EN), em 1935, era uma rádio pública? A reação imediata ao enunciado das comemorações resulta numa estranheza provocada pela ideia de continuidade. Efetivamente, a rádio oficial do Estado Novo não era uma rádio de serviço público, como o demonstram os trabalhos de Cristo (2005) ou Ribeiro (2005), entre outros. O seu fim maior era a amplificação do ideário do estado e a normatização ideológica, e não a criação de valor social. Existe uma enorme diferença entre os objetivos e o posicionamento de rádios estatais e rádios públicas. O que elas têm em comum é o facto de habitualmente estarem no polo oposto ao que é ocupado pelas emissoras comerciais. Mas, ainda assim, no caso português, isso também não é, absolutamente, verdade. Como iremos ver, a rádio de serviço público portuguesa teve um - e, momentaneamente, os dois - pé(s) no mercado comercial. A sua evolução foi, pois, bastante *sui generis*.

Como olhar, então, para esses 75 anos? O período relativo à EN foi já abordado parcialmente, entre 1933 e 1945, por Ribeiro (2005), e entre 1958 e 1974, por Cristo (2005). Encontravam-se, ainda, pistas sobre a rádio oficial e sobre a rádio pública numa obra comemorativa dos 60 anos da rádio em Portugal, lançado em 1985 pela RDP, e nos textos de Maia (1996), Silva (2001) ou Serejo (2001), entre outros, embora nenhum deles versasse em exclusivo essas emissoras.

Ao olharmos para 1935, para 1975 e para 2005 verificamos que estamos perante três realidades distintas, embora haja uma clara ideia de descendência. Afinal, depois de 2005, ainda há trabalhadores da EN que, depois de passarem pela RDP, transitaram para os quadros da nova Rádio e Televisão de Portugal. Não há dúvidas, pois, acerca desta linhagem. Mas estes três momentos não se referem a uma

mesma rádio, como iremos mostrar. Por isso, optámos por abordar transversalmente todo este percurso. Para termos uma outra visão, que o conjunto das abordagens fragmentadas não permitiam. Assim, delimitamos, claramente, três momentos: a rádio oficial do estado, a rádio de serviço público e o novo modelo integrado de *medium* de serviço público. Dessa forma, pretendíamos ter respostas para a estranheza acima evocada. Quando é que se começa a falar de SP de rádio, em Portugal? E de que modo é que ele é implementado? Com esta estratégia procurámos, igualmente, colmatar uma lacuna na literatura existente, ao fornecer um relato histórico completo da evolução da rádio estatal, da sua transição para um modelo de rádio pública e a sua evolução recente.

Assim, podemos sistematizar o nosso principal objetivo, como sendo a compreensão do papel, da missão e do posicionamento da RDP, dentro de uma linha temporal que estende as suas raízes à EN e ao processo de nacionalização, bem como compreender a sua evolução, que culmina num modelo integrado com a televisão.

Para tentar responder a esse objetivo, optámos por enquadrar esta visão diacrónica acerca da RDP, através de uma contextualização teórica que a explique dentro de esferas maiores. Os *media* de SP em Portugal, são herdeiros de uma tradição europeia, apesar de se inserirem num particular contexto mediterrânico (Halin e Mancini, 2004) e de terem as suas idiossincrasias. Mas, além desse código genético, as particularidades do funcionamento do sector audiovisual europeu tornam essencial um olhar que extravase as fronteiras políticas nacionais. Assim, uma das nossas maiores preocupações foi a inserção da realidade portuguesa no contexto europeu. Tal opção deve-se ao nosso entendimento de que só podemos compreender a especificidade do caso português se o colocarmos lado a lado com outras visões. Se o posicionarmos dentro das políticas europeias que ditaram a sua evolução. Se o compararmos com as práticas existentes noutros países. Por isso, o relato histórico da evolução do SP de rádio em Portugal encontra uma base teórica na análise prévia aos macro-desenvolvimentos políticos, sociais, tecnológicos e culturais na Europa. Isso permite-nos compreender, contextualmente, processos como a modernização da gestão da RDP, ou a crise resultante do alargamento do mercado, que foram acontecimentos comuns na Europa.

Depois de identificarmos e contextualizarmos as opções que ditaram a evolução da rádio pública, importa-nos perceber como é que esse caminho a posicionou no mercado e face aos olhos dos portugueses. Esse é o nosso segundo objetivo: tentar perceber como reagiram os portugueses à evolução da RDP. A rádio pública teve um percurso marcado pela intensa rotatividade política das suas administrações, bem como pela existência de canais comerciais. Porém, após um período de amadurecimento construiu-se um *ethos* de SP alicerçado em ideais de independência e qualidade. A rádio pública teve, pois, fases diferentes, que iremos documentar historicamente. Pretendemos constatar se há evoluções na perceção da imagem da RDP enquanto operador de SP, de forma que reflita essas mudanças na sua orientação. A RDP tornou-se conhecida por valores característicos do SP? Esta constituiu a nossa segunda linha de investigação: compreender a forma como os portugueses perceberam a evolução da sua rádio pública.

Em suma, a colocação do SP de radiodifusão português face a realidades exógenas que ajudem a compreendê-lo é central na nossa abordagem. Fazemo-lo em relação à realidade da Europa, mas também em relação ao mercado e ao seu público. Porque o SP não é uma realidade assética e imutável. Ele reflete as políticas europeias, as prioridades nacionais, as evoluções na tecnologia e nas formas de consumo, as mudanças de paradigmas culturais e económicos. Em última instância ele reflete o seu público.

QUESTÕES METODOLÓGICAS

Inserida na área mais ampla das ciências da comunicação, optámos por uma abordagem marcada pela multidisciplinaridade, de forma a olhar o nosso objeto de vários ângulos. Trata-se de uma abordagem cruzada, que recorreu a várias metodologias.

Este trabalho recorre, maioritariamente, embora de forma não exclusiva, a fontes primárias, para a sua investigação empírica e a fontes secundárias para a sua revisão teórica. Uma primeira nota relativa a esta divisão deve ser feita, para esclarecer o método de citação das fontes adotado. Assim, em todo o trabalho, as fontes primárias são citadas em nota de rodapé, ao contrário das fontes secundárias, que são referenciadas através do sistema autor, data. Tal opção resultou da quantidade de fontes primárias consultadas e teve como objetivo facilitar a leitura do texto. Assim, encontram-se em rodapé, os artigos consultados nas publicações da imprensa, a legislação nacional e internacional, toda a documentação interna das empresas, cartas, relatórios e auditorias, bem como entrevistas realizadas no âmbito da investigação. A este propósito, entendemos que devemos fazer uma ressalva. A enorme diversidade de fontes primárias, bem como a frequente falta de elementos identificativos completos levou a uma adaptação das habituais normas de citação em rodapé. Porém, a identificação da fonte procura ser o mais rigorosa possível e incluir os elementos necessários para eventuais futuras consultas.

Podemos dividir o trabalho empírico em duas partes que se relacionam com os dois objetivos principais do trabalho. A construção histórica e a análise dos estudos de audiência. Relativamente à construção histórica, a bibliografia existente acerca da EN constituiu uma boa base de trabalho para os momentos compreendidos entre 1933 e 1945 e entre 1958 e 1974. Porém, optámos por recorrer, mesmo para esses períodos, a fontes primárias, de forma a poder acrescentar novos dados ao conhecimento já sistematizado por outros autores. Assim, o *corpus* de fontes primárias foi constituído, sobretudo, por títulos da imprensa especializada e generalista. Nesse âmbito, foram consultadas as revistas Rádio Semanal (1934-1938), Rádio Nacional (1937-1957) e Rádio e Televisão (1956-1968). Estes títulos eram o principal espaço na imprensa dedicado à atualidade dos *media* audiovisuais, abordando desde a vida das estrelas à programação das estações.

Os serviços de documentação da RDP (quer internos, quer externos à empresa) e, mais tarde, o serviço de *clipping* da RTP funcionaram de forma espaçada e irregular. No entanto, o arquivo da Rádio e

Televisão de Portugal conserva ainda algumas das fontes recolhidas nesse âmbito. Esse *corpus* específico, composto por textos publicados na imprensa portuguesa, foi utilizado, maioritariamente, para documentar os períodos compreendidos entre 1974 e 1976; entre 1980 e 1983; entre 1986 e 1996 e entre 2002 e 2004. Foram ainda consultadas diversas publicações da imprensa, fora dos períodos atrás delimitados, para completar informação relativa a acontecimentos específicos da investigação. A bibliografia contém uma lista dos títulos da imprensa consultados.

A documentação interna da RDP e da RTP constituiu um outro conjunto de fontes primárias. Nesse âmbito, foram consultados relatórios e contas da EN e da RDP até 2003; ordens de serviço da EN e da RDP até 2003; relatórios e contas, ordens de serviço e comunicação interna da rádio e da televisão públicas de 2002 a 2007.

As publicações internas da EN e da RDP constituíram um importante grupo de fontes primárias. Não é possível rastrear com exatidão se existiram mais números, para além dos disponíveis no arquivo da RTP. Todavia, foram usadas as publicações internas existentes. Relativamente à EN, foi consultado o Boletim Interno da EN, cuja curta existência se limitou aos primeiros dois anos da emissora. Foram consultados o Boletim Interno, publicado pela RDP entre 1980 e 1984; o Informação Rádio, de 1984 a 1992 e o Jornal Informativo da RDP, entre 1993 e 1994. Foram ainda consultadas as publicações internas da rádio e da televisão públicas, existentes quer *online*, quer em papel, entre 2000 e 2008, nomeadamente a Fenix, o Planeta RTP e a Azul. Foi ainda analisada a documentação interna, ou relacionada com a gestão interna da EN e da RDP, nomeadamente relatórios técnicos, comunicações dos Conselhos de Administração e das direcções, bem como auditorias existentes no arquivo.

No âmbito das fontes primárias, deve ainda ser referida a consulta da legislação sectorial relativa à rádio, entre 1933 e 2007. Toda a legislação publicada referente à EN e à RDP está seriada em notas de rodapé.

A realização de entrevistas foi considerada crucial para a nossa investigação. Não só pretendíamos obter informação contextual, como nos pareceu que certas peças só poderiam ser ligadas com recurso à memória de quem as viveu. Nesse sentido, foram realizadas entrevistas a Carlos Ventura (realizada presencialmente em 15 de Janeiro de 2010), Eduardo Fidalgo (realizada por telefone em 12 de Janeiro de 2010), Jaime Fernandes (realizada presencialmente em 1 de setembro de 2009), João Almeida (realizada presencialmente em 1 de setembro de 2009), João Coelho (realizada presencialmente em 6 de Abril de 2009), Jorge Alexandre Lopes (realizada por telefone a 4 de setembro de 2009), José Manuel Nunes (respondida por correio electrónico em 31 de março de 2010) e Tiago Alves (realizada por telefone a 7 de julho de 2009).

A escolha dos entrevistados teve como objetivo recolher informações e documentar momentos e temas muito particulares sobre os quais não existiam quaisquer informações, ou as que existiam eram contraditórias. Nesse sentido, a escolha recaiu sobre entrevistados que tivessem tido um papel ativo durante os respetivos momentos ou situações. A seleção tentou abarcar, principalmente, temas como a emissão da EN durante os últimos dias de Abril de 1974, as emissões durante o PREC, a transição da

RDP em 2002 e as novas prioridades da empresa, a partir de 2002. As entrevistas foram semiestruturadas, tendo sido preparadas após consulta das fontes primárias acima descritas. A realização das entrevistas decorreu de forma presencial, em locais indicados pelos entrevistados. Foram realizadas entrevistas telefónicas, apenas quando se verificava que tal era a única solução possível. A entrevista realizada por correio electrónico foi a única opção disponibilizada pelo entrevistado. Consistiu na resposta a cerca de 20 perguntas, que, quando necessário, foram posteriormente completadas pela mesma via. Todas as entrevistas, exceto esta última, foram gravadas em áudio e citadas a partir desse registo.

A análise feita aos estudos de audiência reveste-se de uma natureza distinta. Implicou, por isso, uma metodologia distinta. Um segundo *corpus* de fontes primárias foi, assim, formado por estudos de audiência da rádio pública, que constituíam um fundo ainda não abordado em contexto académico. A natureza dos estudos gerais de mercado relevou-se limitada quanto ao tipo de conclusões que nos permitiria. Por isso, optámos por juntar a estes estudos gerais, os estudos encomendados pela empresa. Esses últimos foram realizados com o intuito de dar à própria rádio pública, a perceção da forma como os portugueses a viam. O cruzamento destes dois tipos de pesquisa permite-nos, pois, uma análise à forma como a rádio pública se posicionou no mercado, bem como à imagem que ela desenvolveu junto dos portugueses. Utilizámos os quadros em bruto dos estudos consultados, e trabalhámos as suas variáveis de acordo com os objetivos do nosso estudo e as limitações científicas impostas pelo material disponível. Numa pequena parte dos estudos existiam textos anexos que incluíam interpretação de dados para apoio aos decisores da rádio. Nesses casos, foram usados os dados incluídos nesses textos, o que será devidamente citado. Os quadros apresentados neste segundo estudo são da nossa autoria, a partir dos dados trabalhados. Dadas a natureza desta investigação e a sua especificidade, optámos por pormenorizar as metodologias utilizadas no início do respetivo capítulo.

O enquadramento teórico que se segue tem como objetivo a sustentação dos estudos empíricos. Nesse sentido, optou-se por uma estrutura que parte do geral para o particular: do conceito de serviço público (na sua génese dentro da esfera do direito), para a sua aplicação no âmbito dos *media*, e no contexto europeu, cuja tradição influencia e baliza a nossa abordagem. É este o posicionamento dos primeiros três capítulos. Posteriormente, o foco é afunilado em torno das rádios de serviço público. Adotando uma abordagem mais descritiva, o capítulo IV permite centrar já no âmbito particular da rádio, as questões que anteriormente haviam sido abordadas, de acordo com um posicionamento tecnologicamente neutro, ao nível da plataforma.

As perspetivas de evolução da rádio e, concretamente, dos desafios particulares que se deparam à rádio de serviço público são uma das preocupações desta primeira parte. Nesse sentido, os capítulos III e IV permitem enquadrar melhor a realidade da rádio pública retratada no capítulo VII, relativo aos primeiros cinco anos do século XXI. O nosso estudo estrutura-se sobre a compreensão do passado. Porém, pareceu-nos da maior relevância estender essa linha temporal até à fusão das empresas, de

forma a tentar perceber alguns dos desafios atuais e próximos do SP de rádio, principalmente, no âmbito da tecnologia e do posicionamento da missão.

Este texto foi redigido ao abrigo do novo acordo ortográfico.

1ª PARTE: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A perspetiva sobre a qual se ergue esta análise é a da compreensão da noção de serviço público de comunicação social. Apesar de o berço do conceito ser a teoria jurídica, a sua relevância enquanto instrumento político, social e cultural na construção da moderna conceção de cidadania leva-nos a outras áreas. Tal abertura é, na verdade, natural às Ciências da Comunicação, pelo que a abordagem que seguimos para a construção deste objeto resulta de uma perspetiva multidisciplinar.

A primeira parte deste trabalho serve de base teórica ao nosso estudo sobre a radiodifusão de SP em Portugal. Partindo da sua origem, no âmbito do direito administrativo francês, abordamos a forma como o SP evoluiu no sector dos *media* na Europa. Enquadramos o seu reposicionamento concetual e operativo, as crises que o afeta(ra)m, as tensões conflituantes que determinam o seu posicionamento, bem como os desafios da sua entrada na era multiplataforma. Partindo do geral para o particular, terminamos já no âmbito da rádio, enquadrando as questões mais específicas que caracterizam a atualidade da rádio pública em Portugal.

I | O SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO DE TRADIÇÃO EUROPEIA

Embora partindo dos mesmos valores clássicos, o serviço público de tradição europeia constituiu-se sob múltiplas formas. Veremos neste primeiro capítulo como os *media* de serviço público ultrapassaram o fim dos monopólios e como evoluíram, entre o mercado e os seus princípios de base, incorporando novas formas de gestão.

I.1 | O CONCEITO DE SERVIÇO PÚBLICO: DA TRADIÇÃO FRANCESA À EXISTÊNCIA NUM MERCADO ÚNICO

A existência de um Estado menos interventivo na prestação de serviços foi um dos reflexos das mudanças nas estruturas sociais, económicas e políticas dos séculos XVIII e XIX. Porém, a perceção de que o movimento de liberalismo económico não poderia satisfazer as necessidades do povo acabou por conduzir a uma alteração, quer do papel, quer das responsabilidades desse mesmo Estado. Desenvolveu-se, então, um modelo de ação estatal mais interventivo, que incluía a prestação de serviços que o mercado não proporcionava às pessoas. Alguns serviços de interesse geral começaram, pois, a ser realizados pelo Estado. Esta nova dinâmica de intervenção do Estado está na base do desenvolvimento organizacional moderno da própria sociedade. Como refere Chevallier,

“le service public évoque cette sphère des *fonctions* collectives, nécessaires à l’existence même du sociale. Faisant écho aux thèmes du «Bien commun», de l’«Intérêt general», de l’«Utilité publique», avec lesquels elle forme une configuration idéologique complexe, la notion a donc dès racines anciennes et apparaît comme inhérente à l’organisation dès sociétés modernes” (2010: 3).

Tratou-se de uma renovada afirmação da própria existência do Estado (que teve o seu expoente máximo na segunda metade do século XX), mais interventivo na dimensão quotidiana, mais próximo dos cidadãos, proporcionando serviços que garantem a coesão social. Com esta rotação, o Estado procurava uma legitimidade que a “puissance publique” não lhe proporcionava, sobretudo depois das mudanças ocorridas no final do século XIX. E essa validação é-lhe proporcionada, precisamente, pela doutrina do serviço público, como explica Chevallier:

“l’État se presente en effect, désormais, moins sous la forme de manifestations d’autorité que comme un prestataire de services, dont l’objectif est de satisfaire le mieux possible les besoins du public; la doctrine du service public va venir colmater ces brèches, en reconstruisant la théorie de l’État sur des bases nouvelles” (2010:12).

O que havia mudado na sociedade francesa era o facto de o bem comum se justificar pela vontade dos cidadãos, e não pelo simples desígnio de poder do Estado (Gugliemi, Koubi, 2007: 42). O conceito de SP nasceu, assim, ligado à noção do colectivo, no seio da doutrina francesa³. Embora a ideia seja bem mais antiga⁴ e possamos encontrá-la já na distribuição de alimentos na Roma antiga (Gugliemi e Koubi (2007), ela tem a sua raiz doutrinal no início do século XX, no trabalho de Leon Duguit. Duguit, considerado o pai da Escola do Serviço Público (também conhecida como Escola de Bordéus), identificava o serviço público com a prestação pelo Estado de serviços com fins sociais:

“C’est toute activité dont l’accomplissement doit être réglé, assuré et contrôlé par les gouvernants, par ce que l’accomplissement de cette activité est indispensable à la réalisation et au développement de l’interdépendance sociale et qu’elle est de telle nature qu’elle ne peut être assurée complètement que par l’intervention de la force gouvernante” (1918 :73).

Com efeito, Duguit justificava a existência do Estado, precisamente, pelo dever da prestação de serviços e não pela autoridade que, naturalmente, possuía: “tout act des gouvernants est sans valeur quand il poursuit un but autre qu’un but de service public. Le service public est le fondement et la limite du pouvoir gouvernementale” (Duguit, 1918 :74). O pensamento de Duguit foi referencial para a Escola do Serviço Público, no âmbito da qual (nomeadamente com Gaston Jèze) o conceito foi trabalhado e desenvolvido. A doutrina do serviço público desenvolveu-se, assim, a partir da evolução das várias dimensões do conceito, passando de fundamento do direito administrativo francês a elemento refundador da teoria do Estado (Chevallier, 2010: 16).

A importância do conceito de serviço público extravasou o campo do direito administrativo francês. O SP foi indissociável do processo de construção da própria identidade francesa (Prosser, 2005: 97). Aos

³ Como marca do nascimento do serviço público ao nível da jurisprudência, deve ser referida a “decisão Blanco”, pelo Tribunal de Conflitos, em 1873 (Gonçalves, 1999).

⁴ Sobre a emergência da ideia de serviço público cf. Gugliemi e Koubi (2007). “L’expression de ‘service public’ n’apparaît guère dans les textes juridiques antérieurs à la Revolution française, cela n’exclut pas que les idées de bien commun, d’utilité publique, d’intérêt collectif ou de besoins sociaux auxquels il a semblé nécessaire de répondre à un moment donné n’aient pas été soulevées sous d’autres formes, dans d’autres termes” (Gugliemi e Koubi, 2007:19).

poucos, a expressão "serviço público", tal como se estruturou a partir do direito francês, ganhou uma dimensão mítica que, de acordo com Chevallier, a torna mais difícil de compreender e situar, tendo em conta as suas várias acepções:

“elle est saturée de significations multiples qui se superposent, s’entrecroisent, renvoient les uns aux autres, et entre lesquelles le glissement est constant. Le service public, c’est d’abord une entité sociale (...), une notion juridique (...) et plus profondément, le service public est un opérateur ideologique” (2010:4).

A doutrina francesa do SP não foi a única a desenvolver-se. Na verdade, existe uma diferença entre as doutrinas de SP continental e britânica. O direito britânico almejava um certo pragmatismo neste campo, o que o fez evoluir num sentido diferente da tradição continental. Com grande tradição na Europa, a doutrina do SP italiano situa-se, de certa forma, entre os quadros francês e britânico.

I.1.1 | AS CRISES DO SERVIÇO PÚBLICO

A crise do serviço público não resulta da vaga que defende a insustentabilidade do *Welfare State*⁵. Ela é-lhe anterior. Com efeito, o reposicionamento da ideia de SP é o resultado de uma evolução de natureza jurídica que tem início ainda nos anos 20⁶.

A complexificação da sociedade, e, principalmente, os desenvolvimentos industrial e organizacional, conduziram ao desmembramento dos elementos que tradicionalmente constituíam a sólida unidade do serviço público (Rainaud, 1999). Subitamente, passou a admitir-se que uma entidade pública atuasse como uma entidade privada. A segurança da delimitação normativa foi claramente abalada. Sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, desenvolveram-se serviços comerciais e industriais que, embora desprovidos de interesse colectivo, eram realizados por empresas públicas, assim como serviços públicos com gestão privada (Rainaud, 1999; Chevallier, 2010). São as inconsistências daí resultantes que abalam o conceito de serviço público, como explica Allison:

“Because of such inconsistency, especially evident in the field of contrats administratifs, and because a of a variety of other exceptions and exceptions to

⁵ Sobre o *Welfare State* cf. Pierson e Castles (2006) e Gidens (2007).

⁶ O caso Eloka, de 1921, é um marco jurisprudencial nesse processo.

exceptions, a number of doctrinal writers questioned the usefulness of the general criterion of service public and despaired of establishing a satisfactory substitute” (1996:67).

Com efeito, e apesar de a ideia de SP se ter mantido absolutamente pertinente ao longo do século XX, a sua primeira crise⁷ pode ser situada nesse momento, como resultado da redefinição das fronteiras entre privado e público.

A crise que o SP, atualmente, atravessa (a sua segunda, já não circunscrita ao sistema francês),

“é uma crise institucional ou material, (...) pelo menos nos sectores das telecomunicações, da energia e dos transportes. Nesses sectores, o serviço público foi ou está sendo pura e simplesmente banido e substituído por conceitos mais ou menos próximos (serviço universal, atividades privadas com obrigações de serviço público, atividades privadas de interesse público) que, todavia, representam realidades muito distintas daquelas que estavam subjacentes à respectiva qualificação como atividades de serviço público” (Gonçalves, 1999: 27).

A passagem de serviços públicos para a alçada de prestadores privados, como forma de emagrecer o Estado e evitar o seu colapso, tornou-se inevitável na Europa. Ainda hoje, a reestruturação e a política de modernização dos sectores públicos se regem por esse ditame. Cumpriu-se o que Gonçalves chama de “atenuação das responsabilidades públicas” (1999: 12). A prestação dos serviços pelo Estado foi substituída pelo exercício de funções de garantia, controlo e orientação da atividade, agora exercida pelo prestador privado (Gonçalves, 1999: 9, 10). Efetivamente, com o fim dos monopólios em diversas áreas, muitas das atividades anteriormente levadas a cabo pelo Estado passaram a ser assumidas pelo mercado. A importância da natureza (pública ou privada) do prestador do SP diminuiu. Nesse contexto, e como explica Silva, a Comunidade Europeia adota uma designação mais neutra, menos conotada ideologicamente e dependente da dimensão subjectiva do serviço público: “o serviço público à francesa’ vê-se substituído pelos SIEG [Serviços de Interesse Económico Geral]” (2008:216)⁸.

⁷ Sobre a crise do serviço público cf. Corail (1954), Rainaud (1999), ou o número dedicado ao tema, da *Sciences de la Société* (AA.VV., 1996).

⁸ Nesse sentido, importa esclarecer as diferenças ao nível das definições e termos usados. A escolha dos termos pela Comissão Europeia (CE) visa sublinhar algumas distinções. A expressão “serviço público” foi preterida, uma vez que era associada à propriedade (pública) do prestador. Assim:

I.1.2 | PARA UMA IMPOSSÍVEL DEFINIÇÃO

É consensual a dificuldade existente na definição de um conceito de SP (entre outros, Chevallier, 2010; Gugliemi e Koubi, 2007; Prosser, 2005 [no âmbito jurídico], e Banerjee e Seneviratne, 2005; Lange, 1999; Syvertsen, 1999; [no âmbito dos *media*]). O nosso desígnio inicial é compreender a complexidade da noção.

Numa primeira distinção de natureza sumária⁹, podemos perceber o SP de duas formas: em sentido orgânico (relativo às organizações que desempenham essas funções), ou em sentido material (relativo às atividades que são englobadas nessa esfera), como explica Gonçalves (1999: 28, 29). Nesta última vertente, ele pode ser entendido em sentido subjetivo ou objetivo. A primeira aceção compreende “toda a atuação de direito público de um ente de direito público” (Gonçalves, 1999: 30), ou seja, qualquer ação levada a cabo pelo Estado. O sentido objetivo refere-se a atividades que “não são subjectivamente públicas, mas que, por serem de interesse geral, ficam sujeitas a um regime de direito administrativo e são consideradas atividades objectivamente administrativas” (Gonçalves, 1999: 30).

Porém, a compreensão da natureza do SP para além destas categorizações, esbarra com o obstáculo da sua própria essência diversa e evolutiva. Isso revê-se na constante reformulação normativa que, historicamente, o foi adaptando à sociedade, bem como na diversidade positiva das suas aplicações. O conceito de SP é usado em várias esferas. De todo o modo, o objetivo de um SP é, geralmente, incontestado, independentemente da realidade que se observa. A sua essência reside na procura de resposta e de satisfação para uma necessidade comum. É essa a razão da sua existência e da garantia constitucional desses serviços.

- Serviços de Interesse Geral: “This term covers market and non-market services which the public authorities class as being of general interest and subject to specific public service obligations”.

- Serviços de Interesse Económico Geral: “This is the term used in Article 86 of the Treaty and refers to market services which the Member States subject to specific public service obligations by virtue of a general interest criterion. This would tend to cover such things as transport networks, energy and communications”.

- Serviço público: “This is an ambiguous term since it may refer either to the actual body providing the service or to the general interest role assigned to the body concerned. It is with a view to promoting or facilitating the performance of the general interest role that specific public service obligations may be imposed by the public authorities on the body rendering the service, for instance in the matter of inland, air or rail transport and energy. These obligations can be applied at national or regional level. There is often confusion between the term public service, which relates to the vocation to render a service to the public in terms of what service is to be provided, and the term public sector (including the civil service), which relates to the legal status of those providing the service in terms of who owns the services”.

- Serviço Universal: “Universal service, in particular the definition of specific universal service obligations is a key accompaniment to market liberalisation of service sectors such as telecommunications in the European Union. The definition and guarantee of universal service ensures that the continuous accessibility and quality of established services is maintained for all users and consumers during the process of passing from monopoly provision to openly competitive markets. Universal service, within an environment of open and competitive telecommunications markets, is defined as the minimum set of services of specified quality to which all users and consumers have access in the light of specific national conditions, at an affordable price”. Cf. *Communication from the Commission - Services of general interest in Europe*, COM (2000) 0580, final.

⁹ Para uma abordagem pormenorizada das várias aproximações ao serviço público cf. Gugliemi e Koubi (2007).

Os princípios organizados nos anos 30 e 40 do século XX por Louis Rolland (conhecidos posteriormente como Leis de Rolland ou Leis do Serviço Público) tornaram-se no cerne da definição clássica do conceito: continuidade, igualdade e mutabilidade ou adaptabilidade (Prosser, 2005). Esses são os três pilares que servem de base à concetualização do serviço público. Entendemos a continuidade como a continuação no tempo de um serviço que responde a uma necessidade colectiva permanente. A igualdade refere-se à obrigação de tratar todos os indivíduos da mesma forma. As leituras principais deste princípio são a garantia de acesso universal, independentemente de critérios geográficos, ou de estatuto social, e a exigência de um custo igual a todos os utilizadores, independentemente das diferenças que tenham existido no custo do fornecimento. Frequentemente, associa-se-lhe o princípio da neutralidade, muito embora este último não seja, efetivamente, um dos princípios fundadores da filosofia do serviço público (Gugliemi e Koubi, 2007). A adaptabilidade refere-se à capacidade de adaptação tecnológica do serviço, que deverá estar disponível aos utilizadores, fazendo uso da mais recente tecnologia e refletindo os seus modos de vida. A mutabilidade centra-se, não no consumidor, mas na entidade que presta o serviço, como explica Prosser (2005), na medida em que a entidade prestadora se adapta à evolução das necessidades sociais, independentemente da oposição moral ou legal que os direitos adquiridos possam gerar. Isso significa que se uma atividade deixar de ser relevante, o serviço pode terminar (Prosser, 2005: 104, 105).

Além de não existir um consenso teórico relativo à composição, ou à forma como estes princípios são interligados, há teóricos que lhes acrescentam a gratuidade (Gugliemi e Koubi, 2007). As formulações em torno desta base epistemológica tornaram-se suficientemente diversas. Assim, destes princípios, os chamados princípios naturais (Malaret Garcia, 1998), foram derivando outros, cuja existência é, reconhecidamente, complementar. A forma distinta como as Leis de Rolland são interpretadas em diferentes contextos e dão origem a outros princípios, resulta, não só da abrangência do seu enunciado, mas também do contexto em que são aplicadas. Desta forma, o conceito de serviço público, herdeiro da tradição francesa, foi-se modernizando. Princípios como qualidade de serviço, acessibilidade, simplicidade, transparência, participação e responsabilidade são-lhe agora associados (Prosser, 2005: 106), bem como a laicidade (Gugliemi e Koubi, 2007). Isso é particularmente visível quando atentamos às alterações sociais, culturais, políticas e económicas no contexto da nova realidade europeia.

O Livro Verde Sobre Serviços de Interesse Geral¹⁰ identifica várias obrigações transversais deste tipo de serviços: universalidade, continuidade, qualidade e acessibilidade de preços; bem como obrigações sectoriais, que incluem a protecção dos consumidores e utilizadores, a segurança, segurança do aprovisionamento, o acesso à rede e a interconectividade e, ainda, o pluralismo no sector dos media. Os princípios de boa governança relativos à organização, financiamento e avaliação (sobre os quais nos

¹⁰ Cf. *Livro Verde sobre Serviços de Interesse Geral*. COM (2003) 270, final.

iremos debruçar adiante), passaram, igualmente, a ser indissociáveis destes serviços. Esta caracterização dos SIEG reflete, claramente, uma construção europeia, herdeira do *welfare state* que se desenvolveu na segunda metade do século XX, no ocidente.

I.1.3 | DOS MONOPÓLIOS À NOVA GESTÃO

Após a II Guerra Mundial, acontecem na Europa uma série de nacionalizações no sector dos serviços industriais. As situações de monopólio que daí resultam irão começar a desaparecer, em regra, só nos anos 70 e 80. O neoliberalismo, assume-se, nessa altura, como a solução ideal para superar a crise e estimular o desenvolvimento económico e social europeu. Têm, então, início profundas reformas e mudanças dos mercados, das administrações e dos serviços públicos nos vários países. Esses ventos de liberalização, que começaram a mudar grande parte das democracias ocidentais, resultaram no que Gonçalves caracteriza de “novo modelo de Estado mínimo, um Estado que, sem querer suportar o ónus de ser ‘social’, pretende no entanto manter algumas ‘responsabilidades sociais’” (1999: 20).

A Europa precisava de ser competitiva e a solução passava pela abertura dos mercados. Esse processo de liberalização iria mudar definitivamente o lugar e a imagem dos serviços públicos na Europa: primeiro, porque os prestadores de serviços públicos passaram a ser identificados com uma má gestão de recursos, com burocracia e com o não respeito pelas leis do mercado; depois, porque atividades criadas com objetivos sociais passavam agora a estar sujeitas ao direito da concorrência (Gugliemi e Koubi, 2007: 73).

Nesta altura, fortalece-se a perceção de que as formas clássicas de aplicação dos serviços públicos não permitiam otimizar desempenhos ao nível da qualidade, da eficiência e da rentabilidade (Nosbonne, 2007: 23). Como a imagem do SP não era associada a essas características, ao contrário do sector privado, há uma importação desse tríptico, para a renovação da administração do serviço público.

O diagnóstico de ineficiência do SP foi um processo relativamente global na Europa, mas também na América do Norte. A sua implementação esteve intimamente relacionada com as emanações das organizações internacionais. O SP era tradicionalmente visto como uma “creature of routine deliberately resistant to change”, como explica Savoie (1994: 5). É nos anos 80 que esta realidade é abalada. Thatcher, Reagan e Mulroney¹¹ têm, precisamente, essa ação em comum: “a strong commitment to reducing both the scope of government in society and the size of the public service and to increasing the efficiency of government in society” (1994:9). E este posicionamento, terá eco em vários países.

¹¹ Respetivamente: presidente dos EUA, primeira-ministra do Reino Unido e Primeiro ministro do Canadá.

O sector começa, pois, a ser reformado de acordo com o que se designou de "new public management" (Ferlie, Linn e Pollitt, 2005). Este modelo de gestão, que se espalhou pela Europa a partir dos anos 80, visava a renovação dos serviços estatais, recentrando a sua atenção para o mercado. Traduzia-se em novas formas de gestão, associadas aos renovados objetivos dos serviços públicos: "l'introduction des pratiques et des discours managériaux rompt avec la distinction entre deux logiques de gestion – privée et publique – jusqu'alors bien distinctes" (Nosbonne, 2007:28). Ou seja, em nome da racionalização e da eficácia, aproximaram-se as formas de gestão das empresas públicas e privadas (McDonough, 2006; Nosbonne, 2008).

Com o tempo, a dimensão subjectiva do conceito de serviço público foi perdendo o seu valor. Durante esta transição, evoluiu-se para a generalização de mecanismos de regulação, normalmente, sob a forma de entidades nacionais independentes, e também no sentido da constitucionalização dos próprios deveres de serviço público, o que foi conseguido através de medidas protetoras que acompanharam os processos de liberalização (Prosser, 2005:205).

I.1.4 | OS SERVIÇOS DE INTERESSE GERAL

A Europa pode ser representada como um mosaico, tantas são as diferenças na forma no desenvolvimento normativo e na implementação dos serviços públicos. No entanto, apesar de todas as diferenças, encontram-se elementos comuns que, como já referimos, resultam do consenso existente acerca do objeto do SP. Como refere Malaret Garcia,

"exists in all the Member States a common, albeit nebulous, set of elements that can be grouped under the heading of 'public services'. The common denominator underlying these activities is the fact that they are regarded as being in the general public interest, and as such, they are performed by public law or private law organizations under state control or subject to specific state intervention" (1998: 57, 58).

Existe, nos Estados-membros, uma coerência ao nível da regulação, que resulta de uma política europeia, cujo primeiro resultado palpável, ainda nos anos 80, foi o fim dos monopólios e a progressiva liberalização dos mercados. Com efeito, a política europeia, que tinha como objetivo o desenvolvimento do mercado único, foi, inicialmente, adversa aos serviços públicos, que eram vistos como um obstáculo a esse ideal europeu neoliberal. Como explica Gonçalves,

“o ‘ataque’ aos serviços públicos é em grande medida comandado a partir de Bruxelas; as razões da investida são óbvias: o serviço público é Estado, não é mercado – o princípio fundamental da integração europeia é a liberdade de empresa e o mercado; o serviço público está associado ao monopólio e ao público” (1999: 13).

Com efeito, sobretudo após o Tratado de Maastricht, em 1992, o lugar do serviço público parecia ameaçado pela política europeia. O estabelecimento do mercado concorrencial único resultou, assim, numa resposta enérgica dos defensores do serviço público, principalmente, dos governos francês e belga (Prosser, 2005: 154).

Em meados da década de 90, porém, a pressão para uma viragem política face ao sector público no mercado europeu dá resultados. A CE tenta responder ao maniqueísmo político inicial. Um primeiro passo efetivo é dado, em 1996, com um relatório acerca dos Serviços de Interesse Geral (SIG) na Europa¹². O documento defendia a inclusão no Tratado da União Europeia de uma referência ao papel destes serviços¹³. Reconhecia que, na Europa, os SIG eram considerados direitos dos cidadãos, e que a sua modernização iria potenciar o desenvolvimento económico e a coesão social. Para isso, era necessário articular as políticas de livre circulação e abertura de mercados com as missões dos SIG. Ou seja, depois da aversão inicial, era-lhes reconhecido um lugar no seio do mercado competitivo.

A liberalização dos mercados havia-se espalhado, entretanto, pela Europa. O contexto era já o da chamada Sociedade da Informação (SI)¹⁴. A política europeia, em vários momentos, legitimava a presença dos SIG no mercado competitivo. O documento resultante da Cimeira de Lisboa, em 2000,¹⁵ atualizava a questão da aplicação pelos operadores das normas do Tratado, ao mesmo tempo que colocava os cidadãos como o centro e o motivo da política dos SIG. No ano seguinte, um relatório ao Conselho da Europa de Laeken¹⁶ debruçava-se sobre a viabilidade económica dos operadores de serviço público no mercado interno, sobre as medidas de garantia de eficácia e bom desempenho, assim como sobre a necessidade de crescente transparência desses prestadores.

¹² Cf. *Services of general interest in Europe. Commission of the European Communities*, COM (1996) 443, final.

¹³ Cf. *Communication from the Commission - Services of general interest in Europe*, COM (2000) 0580, final.

¹⁴ Concetualmente, a expressão é aqui usada na linha do que é definido no documento da CE. [EUROPEAN COMMISSION. 1997. *Building the European Information Society for us all. Final policy report of the high-level expert group* [online]. [Acedido em 23 de maio de 2010]. Disponível em: www.epractice.eu/files/media/media_688.pdf].

¹⁵ Cf. *Communication from the Commission - Services of general interest in Europe*, COM (2000) 0580, final.

¹⁶ Cf. COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. 2001. *Report to the Laeken European Council – Services of general interest* [online]. [Acedido em 03 de junho de 2009]. Disponível em: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0598en01.pdf.

Em 2003, o Livro Verde¹⁷ sobre SIG vinha abrir espaço para o debate sobre o papel da UE, sobre as formas de avaliar, financiar e organizar esses serviços, bem como sobre a definição dos objetivos de SP que lhes estavam associados. O objetivo do Livro Verde era a recolha de contribuições de vários intervenientes, para um debate que era cada vez mais visível em torno destes serviços: como poderia a Comunidade intervir neste âmbito? Como repartiria responsabilidades com os Estados-membros? Desenvolveria essa ação sectorialmente ou de forma abrangente? Qual a importância de distinguir os SIG dos SIEG¹⁸? O debate centrava-se formalmente em problemáticas que vinham ganhando relevância nos últimos tempos. Na verdade, tratava-se de tentar encontrar sustentação para o desenvolvimento de uma regulação horizontal nos SIEG, o que, no sector dos *media*, seria fortemente contrariado, quer pelos operadores públicos, quer pelos privados (Michalis, 2007).

As contribuições recebidas para o Livro Verde estiveram na base do Livro Branco sobre os SIG¹⁹, em 2004. Os intervenientes sublinharam as disparidades nacionais no que dizia respeito ao conceito e à relação entre SIEG e mercado, levando a um resultado final tímido. Convergiram, porém, num aspeto, como explica Michalis: “there was no added-value in horizontal regulatory framework and that the UE should not be given additional powers in that area” (2007:218). Os livros Verde e Branco são fulcrais neste processo e ilustram bem a viragem política, como explica Prosser:

“the Green Paper was clearly of very great importance (...). No longer was the central stress on compatibility of services of general interest with the internal market; rather it was on the essential role of such services for citizenship and, in particular, how their performance could be improved. (...) The White Paper was cautious in its proposals, which consisted almost entirely of soft law rather than a binding framework Directive, but did promise a potentially important clarification of some major issues, especially in relation to health and social services” (2005: 171).

¹⁷ Complementarmente, cf. EBU LEGAL AND PUBLIC AFFAIRS DEPARTMENT. 2003. *EBU Reply to the Green Paper on Services of General Interest* [online]. [Acedido em 06 de junho de 2009]. Disponível em: http://www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_pp_sgi_090903_tcm6-4498.pdf; UNI. 2003. *Europa response to the European Commission's green paper on services of general interest* [online]. [Acedido em 06 de junho de 2009]. Disponível em: http://ec.europa.eu/services_general_interest/docs/associations_enterprise/tesch.pdf.

¹⁸ Cf. *Livro Verde Sobre Serviços de Interesse Geral*, COM (2003) 270, final.

¹⁹ Cf. *Livro Branco Sobre os Serviços de Interesse Geral* [COM(2004) 374 final], consultado em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2004:0374:FIN:PT:PDF> em 2 de dezembro de 2010.

Claramente, a discussão havia sido reorientada nos últimos anos. O Tratado de Amsterdão²⁰, que entrara em vigor em 1999, reforçara o crescente reconhecimento dos valores subjacentes aos SIG como elementos-chave na construção de um modelo social europeu. No mesmo sentido, a Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia²¹ incluía, no mesmo sentido, o acesso aos serviços universais no seu clausulado. Ou seja, o final dos anos 90 estava a ser marcado por um reconhecimento da importância dos serviços públicos como forma de responder a interesses muito concretos dos cidadãos. Como explica Prosser:

“there has been a fuller recognition of the independent value of public services as exemplifying a Community commitment to citizenship, partly as a result of their partial constitutionalization in the new Article 16 of the Treaty. The objective is no longer only to limit their scope but to improve their delivery through applying principles of good governance, including (but not limited to) the use of competitive markets” (2005: 121).

Os serviços públicos deixaram de ser vistos pela CE como entraves ao estabelecimento e crescimento do mercado único. Passaram a ser valorizados, não só pelo contributo para o seu desenvolvimento, mas, também, como reflexo da crescente importância dos direitos dos cidadãos (Prosser, 2005). Essa dualidade, entre o mercado e a construção de valor social é de central importância no sector dos *media*, como iremos ver mais adiante.

I.2 | A RÁDIO E OS *MEDIA* DE SERVIÇO PÚBLICO NA EUROPA: DO MONOPÓLIO À ABERTURA DOS MERCADOS

A evolução do Public Service Broadcasting (PSB) tem sido substancialmente analisada (Banerjee e Seneviratne, 2005; Raboy, 1997; Smudits, 1997; Tracey, 1998; Van Cuilenberg e McQuail, 2003; Van Dijk *et al.*, 2005). A designação anglo-saxónica “Public Service Broadcasting” refere-se aos *media* públicos. Engloba tanto a televisão como a rádio e, mais recentemente, alguns conteúdos *online* dessas empresas. Na expressão PSB são incluídas, igualmente, as dimensões normativa e funcional do

²⁰ Cf. Treaty of Amsterdam amending the Treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and certain related acts, signed at Amsterdam, 2 October 1997 – C. Protocols annexed to the Treaty establishing the European Community. *Official Journal of the European Communities*, C 340/109, de 11 de outubro de 1997.

²¹ Cf. Charter of Fundamental Rights of European Union (2000/C 364/01), consultado em http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf, em 12 de outubro de 2010.

operador. A grande maioria da produção académica debruça-se sobre o serviço público de rádio e televisão (SPRT)²² na sua vertente televisiva, o que se compreende pela dimensão económica e transnacional do meio.

Na verdade, o cerne normativo do SP não depende da plataforma. Entendemos, pois, que devemos focar a evolução do serviço público de radiodifusão a partir de uma análise não orgânica do conceito. Ou seja, como uma construção mais ampla, situada para além da identificação de instituições ou operadores, ou para além do simples antagonismo face aos operadores comerciais (Smudits, 1997). Entendemos, assim, o SP como uma forma de governo que resulta de uma particular intervenção do Estado com objetivos sociais e culturais concretos (Syvertsen, 2003). Outro fator que sustenta a nossa abordagem, é o facto de, em Portugal, a rádio e a televisão públicas se terem tornado numa só empresa, partilhando estratégias e conteúdos e cruzando-se organizacional e operacionalmente.

Importa sublinhar, desde já, que meios de comunicação de SP não são a mesma coisa que *media* estatais. A confusão surgiu, sobretudo, depois de instalado o mercado misto, porque ambos se opunham aos operadores comerciais. Desde logo, num primeiro plano, importa identificar um falso maniqueísmo existente na ideia de que o estado age sempre em função do interesse público e que o mercado se lhe opõe (Gidens, 2007). Nenhuma das duas constitui um axioma. No âmbito dos *media*, o foco do SP é o interesse dos cidadãos e não o do estado enquanto entidade política. Por isso, os *media* estatais não se guiam pelos princípios de independência, ou imparcialidade. Porque os seus objetivos não se centram na emancipação do indivíduo.

Ainda no sentido de clarificar este âmbito, os *media* de SP não poderão ser confundidos com *media* comunitários, pese embora a orientação destes últimos para um serviço à sociedade (Banerjee e Seneviratne, 2005).

De forma mais precisa, invocamos Raboy (1997: 35-43) e a sua classificação das diferentes ecologias mediáticas na sua dimensão sistémica. Essa sistematização é uma importante ferramenta para a compreensão dos contextos analisados posteriormente neste trabalho. Assim, encontramos três grandes tipos de sistemas, centrados no estado, no mercado ou no público. Nos sistemas assentes num núcleo de serviço público, inserem-se o SP de tradição europeia em regime de monopólio, a sua posterior evolução para um sistema misto, bem como sistemas nos quais o SP ocupa um papel central. Nos sistemas mistos devem ser distinguidos os meios maduros dos imaturos, que são assim caracterizados de acordo com a antiguidade do mercado competitivo instalado.

Os sistemas com núcleo empresarial privado caracterizam-se pela reduzida intervenção estatal, frequentemente limitada ao licenciamento. São característicos dos continentes americano e asiático.

²² Usaremos a expressão "Serviço Público de Rádio e de Televisão" (SPRT) como forma equivalente a "Public Service Broadcasting" (PSB).

Os sistemas com núcleo estatal configuram-se de acordo com várias tendências. O controlo estatal monopolista dos *media* é considerado já residual. Existem ainda, *grosso modo*, dois subgrupos: os sistemas emergentes, nos quais, apesar de se manter o controlo estatal, estão a ser desenvolvidos novos modelos adaptados às realidades, combinando os *media* estatais com meios comunitários ou comerciais; e os modelos de transição, como os que caracterizam os países do ex-bloco soviético, nos quais existe um processo de adaptação a um modelo já dominante no mercado.

Como veremos adiante, na Europa, o movimento foi na direção de um abandono de modelos estatais e monopolistas.

I.2.1 | A PRIMEIRA FASE

A abordagem aos *media* de SP na Europa, num primeiro momento, confunde-se com a própria análise do desenvolvimento da rádio. Os objetivos deste trabalho levam-nos, precisamente, a tomar essa relação como ponto de partida.

É a iniciativa privada que está na origem da rádio, tanto na Europa como nos Estados Unidos da América (EUA). No entanto, a rádio irá desenvolver-se de formas distintas nestes dois contextos. Como veremos, na Europa a rádio irá tornar-se estatal. Efetivamente, como explica Kleinsteuber (2011: 64), aqui, as estações tinham uma função política: "a means to keep the nation together, (...) radio became a source of national identity". Nos EUA existia o mercado em vez do Estado. A tradição europeia iria construir-se em torno de uma orientação social, colectiva e cultural. É por isso que, ao contrário do que aconteceu nos EUA, o mercado audiovisual europeu teve sempre limitações ao crescimento.

No resto da Europa a ignição do processo não foi diferente do que sucedeu em Portugal. Os primeiros passos foram dados, *grosso modo* nos anos 20, sobretudo, por entusiastas, ou um pouco antes, através dos meios militares. Depois da Primeira Guerra Mundial, havia um novo mercado de peças de rádio para estimular (Jauert e Lowe, 2005). E reconhecia-se um enorme potencial económico no meio. Mais ainda: havia um enorme potencial ideológico que, rapidamente, tornou a rádio num meio apetecível para os governos. Foi, ainda nos anos 20, que começaram as emissões ideologicamente carregadas da Rádio Moscovo. As rádios alemã e inglesa avançaram, igualmente, com emissões além-fronteiras em outros idiomas²³. Esta perceção instrumental da rádio irá resultar no desenvolvimento de duas orientações distintas na Europa, como explica Kleinsteuber (2011): a do controlo absoluto da rádio enquanto veículo ideológico, que pressupunha a limitação da própria escuta de estações

²³ Mais tarde, com a Guerra Fria, renova-se a atenção dada às emissões internacionais em língua estrangeira (Kleinsteuber, 2011).

internacionais; e a da garantia de uma estação independente, como a BBC, e da livre escuta de rádios internacionais.

É por isso que, além de ser considerada a pioneira, a BBC é tida como a grande referência das estações públicas na Europa. O seu nascimento²⁴, assim como o início da rádio estatal na Alemanha, na Itália e em França são revistos por Jeanneney (1996). A BBC nasce da reunião de vários postos privados. Inicialmente, em 1922, como British Broadcasting Company, era, maioritariamente, propriedade de empresas produtoras de material radioelétrico. Passará para o Estado, em regime de monopólio, para contrariar a rádio que nos EUA se havia desenvolvido à custa da publicidade, e para desenvolver uma componente mais formativa. Tem, assim, origem, em 1927, a British Broadcasting Corporation. O modelo inglês é adotado, noutros países. Na Alemanha, as poucas estações que tiveram autorização para emitir ainda no início dos anos 20 são agrupadas e, em breve, o Estado é responsável pelas suas emissões. A Itália tem um percurso semelhante, mas permite a publicidade, ao contrário do que faz a Alemanha. Seguindo a República de Weimar, a Itália cria uma taxa destinada a financiar a rádio. A França apresenta durante algum tempo um modelo misto, com emissoras privadas e públicas, com a publicidade a desaparecer rapidamente nestas últimas (Jeanneney, 1996)

A BBC cedo se estabeleceu como paradigma de independência face ao governo, mesmo que isso implicasse uma atitude de confronto (Jeanneney, 1996: 121-130). Com efeito, a rádio pública inglesa foi, desde sempre, símbolo de respeito e confiança. Um dos fatores mais relevantes na edificação dessa imagem, era a política de excelência nas contratações. Como explica Küng-Shankleman, a BBC era, sobretudo até aos anos 70, uma escolha natural para os melhores alunos das universidades de topo (2000: 67).

É, pois, gradualmente, que o monopólio estatal se vai tornando predominante na Europa²⁵. e que os governos instrumentalizam a rádio. Itália, Suécia, Irlanda, Dinamarca e Finlândia estabelecem monopólios estatais ainda na década de 20. Nos anos 30 e 40, alguns operadores privados, são convertidos em estatais, como na Holanda, Noruega, Grécia e França (Rolland e Østbye, 1986).

No início, o monopólio estatal desenvolveu-se quer nas telecomunicações quer, especificamente nos *media*, com recurso a justificações técnicas (gestão da escassez de espectro) e de economia de escala, mas também por razões políticas (Burgelman, 2000; Rolland e Østbye, 1986)²⁶. O monopólio da radiodifusão era considerado um monopólio natural, dados os fins culturais e sociais da atividade (Smudits, 1997) do SPRT. Como realça Picard, o desenvolvimento da rádio foi um enorme desafio, mas também uma imensa tentação para os governos:

²⁴ Sobre a história da BBC cf. Briggs (1985).

²⁵ Os monopólios foram dominantes na Europa e na África, embora com modelos de aplicação distintos. O modelo comercial é característico apenas dos continentes americano e asiático (Raboy, 1997).

²⁶ Muito embora haja opiniões distintas, como a de Garnham (1990), que defende que os motivos eram simplesmente políticos e económicos.

“Although there were some similarities with communication provided by post, telegraphic, and telephone services, broadcasting was not interpersonal communication, radio spectrum was limited and policymakers perceived a Great ability of radio to influence social movements and governance. Those factors led European nations to establish radio as state operations or, where greater democratization existed, as quasi governmental entities separated from the government. When television broadcasting developed a half century later, governments typically extended and adapted the general regulatory and operational schemes that had established for radio” (2006: 184).

Depois da Segunda Guerra Mundial, irá desenvolver-se uma percepção de que, embora a influência do poder político na rádio fosse indesejável, o papel da radiodifusão era essencial no processo de reerguer a Europa (Van Dijk, Nahuis, Waagmeester: 2006). Essa será a segunda idade da rádio, depois deste primeiro momento, caracterizado pelo controlo estatal, pelo investimento em emissões internacionais e pela emissão em Amplitude Modulada (AM) (Kleinstеuber, 2011).

I.2.2 | A SEGUNDA FASE

Com efeito, é a meio do século XX que tem início a segunda fase da rádio. É uma fase posterior ao aparecimento da FM, com mais estações em funcionamento e (excetuando o que acontecia nas ditaduras) inserida num sector com (pelo menos algum grau de) pluralidade. Este período irá durar até, praticamente, ao final do século, e incluirá os movimentos de liberalização e desregulação (Kleinstеuber, 2011).

A nova vida da rádio na Europa será dominada pelos operadores públicos, apesar de coexistirem estações comerciais e estatais. A RTL (inicialmente designada Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion), a partir do Luxemburgo, transmite para vários países uma emissão de cariz comercial (Kleinstеuber, 2011). Países como Portugal e Espanha têm operadores privados, mas com uma orientação submissa às estruturas ditatoriais.

A existência de rádios estatais, ou de SP, estava dependente da evolução social e política de cada país. Na Grã Bretanha e na Escandinávia, os *media* já haviam adotado princípios de SP. O resto do continente juntou-se-lhes gradualmente. Nos anos 60 e 70, seria a vez de países como a Itália, ou a França transformarem em públicos os seus canais estatais. Um grupo de países fez essa transição como parte de um processo de democratização, após o fim da vigência de sistemas autoritários. É o caso da

Alemanha, depois da guerra. De Portugal e da Espanha, nos anos 70, ou dos países de leste após o colapso do comunismo, em 1989.

A importância social da aplicação de princípios de SP torna-se evidente. Será essa percepção que ditará o desenvolvimento do sector. Como explica Burgelman (2000), se o telefone não estava acessível senão aos mais abastados, então a intervenção do Estado torná-lo-ia acessível a todos. A universalidade torna-se num dos primeiros pilares da existência do SP: predomina o modelo de transmissão para a generalidade da sociedade, embora, ao mesmo tempo, sejam tidos em conta públicos minoritários (Van den Bulck, 2007).

A atitude dos operadores de SP misturava uma dimensão nacionalista com uma atitude paternalista (Jauert e Lowe, 2005). Os operadores aspiravam ao enaltecimento cultural e educacional das populações, com um espírito "iluminista" de missão (Jauert e Lowe, 2005: 13). Ao mesmo tempo, havia um clássico empenhamento em criar uma imagem de qualidade técnica e profissionalismo (Van den Bulck, 2007). Assim se irá estabelecer o SPRT na sua tradição europeia, bem como o que McQuail (1983) chamou de modelo de responsabilidade social. Com o passar dos anos, o SP irá tornar-se no próprio cerne da vida democrática, à medida que os *media* ganham espaço no quotidiano e a independência se torna um valor obrigatoriamente distintivo (Raboy, 1997).

Mas, não demora muito até que esse contexto de monopólio estatal comece a mudar. A pressão do movimento de desregulação começa a sentir-se na Europa. Emergirá com particular força a partir do final dos anos 70, fruto do que Papathanassopoulos (1990) considera ser uma aliança incrível, entre a defesa dos mecanismos de mercado pela direita radical e o determinismo tecnológico pela extrema-esquerda. A exclusividade do SPRT é, também, minada por acontecimentos de natureza tecnológica, como o embaratecimento dos materiais de transmissão, que permite o surgimento das rádios piratas; e o surgimento do cabo, do satélite, a proliferação do vídeo e a libertação de frequências com a implantação da FM (Rolland e Østbye, 1986; Van Dijk, Nahuis e Waagmeester: 2006). A determinada altura, é impossível continuar a insistir no monopólio natural. As últimas resistências em relação ao abandono dessa posição estão relacionadas, simplesmente, com a tentação do controlo governamental sobre os *media*.

Neste contexto, importa-nos destacar a importância das rádios piratas, que já tinham surgido no final dos anos 50 (Sterling, 2004). Estações como a Radio Mercur, ao largo da Dinamarca, ou, mais tarde, a Radio Caroline (que se tornaria na estação mais conhecida de todo o movimento), emitiam sem licença a partir do alto mar. Através das suas emissões embaladas pela entusiasmante cultura popular do *rock'n'roll* e embrulhadas ao estilo Top 40 americano, estas estações tornaram-se grandes fenómenos culturais, sobretudo em Inglaterra, na Holanda e na Escandinávia (Sterling, 2004). Elas irão explodir na Europa porque se conjugam vários fatores. Além da já referida evolução tecnológica, que torna acessíveis os equipamentos, a partir dos anos 70, há duas fortes pressões de outra natureza: a tendência para a segmentação, em detrimento das programações para as massas - ou seja, a rádio, enquanto meio de proximidade encontra o seu terreno natural nas emissões locais; e o gatilho social,

político e cultural que, nos anos 70, propicia este movimento de contestação aos monopólios (Crookes e Vittet-Philippe, 1986). Será a multiplicação das rádios piratas nos vários países, que constitui a derradeira pressão para a abertura dos mercados aos privados. Aos poucos, o debate contaminará os vários cantos da Europa.

As rádios irão instalar-se de forma muito diversa. Em alguns casos, planeia-se a chegada das rádios privadas. Noutros países isso não acontece e a regularização será feita, posteriormente, de acordo com vários padrões, que variam entre a moderação característica das democracias liberais, e a extrema desregulação latina, característica da Itália (Crookes e Vittet-Philippe, 1986). No meio destes dois exemplos, reconhece-se o modelo francês, no qual se regulou o sector *a posteriori* de forma pragmática, servindo de inspiração a vários países, incluindo Portugal (Crookes e Vittet-Philippe, 1986)²⁷. Existe ainda um quarto modelo de experimentação controlada, característico da Escandinávia, onde as rádios locais - de forma tardia - surgiram de forma ordeira, mas desenvolvendo-se de forma particularmente original (Crookes e Vittet-Philippe, 1986).

Efetivamente, este é um momento de conjugação ideal de condições. Estado e mercado estavam de acordo, havia uma compatibilidade e até uma partilha de interesses. Isso foi essencial para a liberalização dos *media*. O objetivo era impulsionar o consumo como forma de alavancar a economia. Para isso, havia que criar um mercado. Os políticos, por seu turno, tomaram uma posição compatível com essa vontade expansionista dos mercados que se seguiu à crise petrolífera dos anos 70 (Burgelman, 2000).

É nesta altura que os monopólios morrem de causas tecnológicas, políticas, sociais e económicas²⁸, embora este fim chegue a diferentes velocidades. De todo o modo, terminada está a confortável situação que caracterizou o SP até meio dos anos 80:

“a history of reliance on a comfortable, government supported position with a national broadcasting monopoly as a base, legal guarantees of independence, (part of the) license fee as a not-to-be competed-for-source of income (usually to compensate for a ban or limitations on advertising) and a threefold responsibility of information, education and entertainment as legitimation” (Van den Bulck, 2007: 29).

É uma viragem paradoxal. Se, em meados do século XX, o monopólio estatal era considerado como a única possibilidade de garantir um serviço equilibrado e plural, nos anos 80, assume-se que a

²⁷ Em França, tal como em Portugal, a rádio pública respondeu às rádios locais com a criação de mais estações.

²⁸ Para uma análise pormenorizada destas condições cf. Michalis (1999; 2007), Barnett (2002).

concorrência é essencial no processo (Barnett, 2004; Burgelman, 2000). Como explica Mattelard (1995), o Estado-providência vai desaparecendo nos anos 70, até dar lugar, na década seguinte, à gradual supremacia do mercado. Emerge a celebração nos discursos oficiais da concorrência e da liberalização, da desregulação e da gestão privada (Barnett, 2004; Hujanen e Lowe, 2003). Garnham classifica este momento como a última fase de todo o processo de produção capitalista:

"what we are in fact being offered is not a more socially responsive, politically accountable, diverse mode of cultural interchange in the electronic sphere, but on the contrary the expansion of price and profit, of commodity exchange, as the dominating mode of organisation in yet another area of cultural production and consumption"(1990, 121).

De forma geral, os anos 90 vêm terminada esta mudança na paisagem mediática. Estava terminada a dimensão monopolista e paternalista do Estado, e um movimento de liberalização e desregulação havia mudado o sector (UNESCO, 1995). Desenvolveu-se um sistema misto, no qual coexistem *media* públicos e privados, e que é defendido pela UNESCO como sendo a ecologia mediática ideal (Banerjee e Seneviratne, 2005).

I.2.3 | O IMPACTO INICIAL DA LIBERALIZAÇÃO E A PRIMEIRA CRISE DO SPRT

Sumariamente, a realidade mediática europeia que emerge após a liberalização e a desregulação é caracterizada por um aumento da oferta de canais, uma maior competição, uma maior permeabilidade em relação à influência internacional, bem como uma crescente tendência concentracionista (Smudits, 1997). A figura do consumidor torna-se onnipresente. Em clara escalada estão o estabelecimento das multinacionais, a standardização dos bens e o endeusamento do consumo (Schiller, 1983). A avalanche de mudanças no sector e na sociedade (Raboy, 1997; Van den Bulck, 2007) que daqui resulta, traduz-se em novos padrões de consumo, na diluição das anteriores fronteiras dos *media* e no desenvolvimento de novos paradigmas culturais. As imensas alterações políticas, nomeadamente os movimentos democratizantes e a queda do bloco comunista, bem como a ideia de construção europeia acabam por ser determinantes nesta época.

Numa primeira fase, após a quebra dos monopólios, muitos operadores públicos não alteraram a estrutura ou os seus objetivos, sobretudo porque mantinham o seu financiamento privilegiado (Rolland e Østbye, 1986). Mas essa apatia não duraria muito. Até então, o SPRT tinha uma audiência garantida. A partir daí, teve de lutar para a conseguir manter. Aqui, situa-se a sua primeira crise. Ou,

aludindo à etimologia da palavra crise, a uma cisão. Jakubowicz (2010), aliás, chama estas duas fases de SP 1.0 (antes da liberalização) e SP 2.0 (após o aparecimento da concorrência privada).

A primeira crise do SPRT resulta, em regra, numa imagem negativa dos operadores, devido à comparação feita entre estes e os competidores privados. Com efeito, a décadas de estabilidade seguem-se desafios em várias frentes que importa resolver. Os canais de SP têm uma imagem pouco favorável, porque, inicialmente, são vistos como pouco ativos num mercado competitivo. Os seus custos crescentes são um desafio à determinação do Estado em mantê-los. O facto de a compra e a importação de formatos televisivos ser mais barata do que o desenvolvimento de produtos próprios, afronta a defesa de valores culturais, o que se sente com particular acuidade em nichos mais desprotegidos. Além disso, mantém-se a constante tentação de controlo pelo poder político (Teer-Tomaselli e Boafó, 1997).

Uma das respostas do SPRT consiste na já analisada mudança das formas de gestão. Tentou-se baixar os custos de exploração e reinventaram-se as grelhas de programação, aproveitando outros períodos horários (Achille e Miège, 1994).

Mas o mercado audiovisual, sobretudo o televisivo, tinha ganho novas características, resultantes da abundância. O público já não agia da mesma forma, uma vez que começava a poder escolher; a publicidade aumentava; e a aposta era num incremento quantitativo (Grandi, 1983). É este quadro que, aos poucos, conduzirá o mercado a uma saturação (Achille e Miège, 1994).

Algumas das estações públicas responderam a este novo contexto, aproximando a sua oferta da dos operadores comerciais. Essa mimetização foi uma das justificações que esteve na origem de um diagnóstico pesado, que apontava para uma curta esperança de vida do SPRT. Porém, se atentarmos em dados de 2003, constatamos que os operadores de serviço público europeus (de televisão e rádio) chegavam a um volume de negócios próximo dos 27 mil milhões de euros, o que representava quase um terço do sector, e que esse valor vinha na sequência de um crescimento percentual firme²⁹. Ou seja, as previsões não se vieram a confirmar nos anos que, entretanto, passaram (Bardoel e d'Haenens, 2008b; Søndergaard, 1996; Tracey, 1998). Mas essa crise de identidade, que se traduziu na convergência de conteúdos entre privado e público (Bardoel e d'Haenens, 2008b; d'Haenens *et al.*, 2011; Enli, 2008), pode ser analisada como a estratégia que lhe permitiu sobreviver. O SPRT só se tem mostrado resiliente porque cedeu à comercialização (Padovani e Tracey, 2003), sobretudo, num momento de luta por uma parte do bolo publicitário (Atkinson, 1997). Assim, mais do que um deslize identitário, ou uma sedução passageira, foi uma resposta ao mercado que, naturalmente, aproxima o privado e o público (Søndergaard, 1996). Porém, essa foi, também, a fonte da acusação que os privados

²⁹ Cf. *O Futuro da Política Europeia de Regulação Audiovisual. Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões.*, COM (2003) 784, final.

adotaram até hoje: a atuação do SP é injusta (porque promove a distorção do mercado) e irrelevante (porque não é diferenciada).

É verdade que muita da programação televisiva traduz, naquela altura, uma transversalidade assente no denominador qualitativo comum mais baixo, levando a uma clara homogeneização e a um aumento das horas de emissão (Richeri, 1983). Mas esse não era o único caminho possível. A experiência da imprensa de referência mostra que é possível conciliar qualidade de conteúdos com grande audiência. Aliás, importa sublinhar que a resposta dos operadores públicos, ao nível da programação, foi diversa e não se limitou à tendência já descrita. Perante os operadores privados, algumas estações de SP mantiveram a sua posição, outros opuseram-se, enfatizando dimensões menos comerciais, outros claramente identificaram-se com os novos competidores e outros ainda avançaram para um confronto parcial, através da comercialização de um canal, por exemplo (Achille e Miège, 1994). Em regra, o caminho de grande parte dos operadores acabou por se situar entre a aceitação e a negação do mercado. O resultado foi a chamada estratégia de compensação, uma via de conciliação entre as estratégias de adaptação ou purificação (Hultén e Brants, 1992). Assim, com maior ou menor sucesso, os operadores públicos vão encontrando o seu lugar no novo mercado, incorporando conceitos e estratégias que, anos antes, lhes estavam tão longínquos, e adotando uma atitude pragmática (Steeners, 2003).

Se a liberalização constitui o primeiro desafio ao SP, os anos seguintes trarão a intensificação do questionamento da sua posição e da sua pertinência (Michalis, 2010). A vaga que estendeu a gestão privada a muitos serviços de interesse público, como hospitais, ou telecomunicações, começou a servir de base à hostilidade ao sector privado e, no fundo, ao Estado do bem-estar Keynesiano. Porém, o fim do chamado paradigma do serviço público que, durante décadas, vigorou na Europa, deve ser visto como o resultado de duas posições conflitantes: por um lado, a privatização generalizada e, por outro, a tentativa de manutenção de um proteccionismo ao serviço público, na sua fase de adaptação aos desafios tecnológicos e de mercado (Van Cuilenberg e McQuail, 2003).

A crise do SPRT tem dois momentos e, por isso, voltaremos a ela para caracterizar a sua fase mais recente. Neste etapa, importa-nos enfatizar a sua relação com a abertura do mercado e a relação que o SP estabeleceu com ele.

I.2.4 | PROXIMIDADE E DISTANCIAMENTO: O DIFÍCIL LUGAR DO SERVIÇO PÚBLICO ENTRE O MERCADO E OS PRINCÍPIOS ESSENCIAIS

Uma das particularidades do SPRT, como veremos, resulta dessa estranha posição, da qual se exige proximidade e distanciamento em relação ao mercado. Como já referimos, existe um vaga de questionamento do SPRT e da própria intervenção estatal, que são considerados ultrapassados e colocados em causa pelo determinismo tecnológico e pelo liberalismo económico (Garnham, 1990).

Esta evidente mudança operacional na forma de pensar o mercado dos *media* enquadra-se na tendência neoliberal da época. Há um estremecimento da solidez concetual que existia. Começa a questionar-se qual deveria ser a abordagem prevalente - se a democrática ou a industrial - em esferas sobre as quais, tradicionalmente não havia qualquer dúvida.

Efetivamente, com a chegada do modelo misto, uma política mais orientada para o mercado veio sobrepor-se a uma dimensão cultural (Bustamante: 2004). Como afirmam Raboy *et al.*, "the role of the state in culture has gradually been displaced from an emphasis on cultural development towards economic development of cultural industries" (1994). Essa dualidade não mais deixou de afrontar o SP nos anos que se seguiram: a sua existência entre a cultura e o comércio (Juneau, 1995; Steemers, 1999). Ainda hoje é a maior ameaça à existência do SP, sobretudo quando se sustenta numa dimensão puramente dogmática (Barwise, 2004).

Depois da liberalização, a luta entre a defesa da exceção para os bens culturais e a conceção industrial do audiovisual toma outras proporções, sobretudo quando o G7 (o grupo dos sete países mais industrializados) e o General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) chocam com o posicionamento europeu, como explica Mattelard:

“el problema radica en que el GATT, al subrayar la necesidad de aplicar al sector audiovisual las normas generales de la liberalización del comercio internacional de todos los bienes y servicios, planteó la de eliminar los diferentes dispositivos que Europa y cada uno de los países europeos habían establecido con el fin de preservar un espacio audiovisual propio” (1995: 23).

Assim, o constrangimento do SPRT entre o mercado e a dimensão cultural dos seus princípios, nesta altura, tornou-se uma questão central na evolução dos operadores. Isso começou a ser visível, desde logo, na dúvida acerca do seu posicionamento ao nível dos conteúdos, que é a dimensão mais visível do lugar que os operadores ocupam. A dúvida colocou-se com a abertura do mercado, tal como continua a colocar-se agora: é mais importante ter audiências, mesmo que isso implique cedências de qualidade, ou manter uma dimensão mais pura do SP (Meijer, 2005)? Evidentemente, não há apenas estas duas possibilidades. Tampouco há um consenso nesta questão, como explica Steemers (1999). Aliás, esta visão maniqueísta do posicionamento do SPRT será sempre redutora. Como explica Born (2003: 776),

“with its mixed economy, hybrid institutions and ambiguous genres, was always historically messier than many cultural fields, throwing any simple opposition between cultural and economic capital into question; as such it anticipated the wider contemporary complexity”.

A interpretação de Ala-Fossi (2005) é superadora desta dicotomia. O autor considera que esses dois pólos não têm de ser vistos como antagónicos. Aliás, Wolton, considera igualmente errado esse desafio que tem consistido na aparente inevitabilidade de escolher qual a dimensão prevalente no sector dos *media* de SP. O autor defende que o verdadeiro desafio será conseguir manter, simultaneamente, as dimensões cultural e industrial do sector, como forma de garantir a diversidade cultural (2006). Mejer (2005) propõe uma solução intermédia, partindo da distinção entre cidadão e consumidor, que são, habitualmente, os dois polos da discussão. A superação do dilema passa, defende a autora (2005) – pela adoção de uma terceira categoria, a dos *enjoyers*, ou apreciadores. Para isso, seria necessário a aceitação, por parte dos operadores de SP, de uma ideia de qualidade mais alargada que, ao invés de ser potencialmente hermética, incluísse o conceito de “impacto”.

Esta dúvida fez parte da primeira crise do SPRT. Nos anos 90, o que aconteceu em Portugal e em muitos outros países, com a aproximação da televisão pública às estratégias dos privados, retirou muita da legitimação diferenciadora do produto oferecido. Aí nascia a questão da diferenciação, sobre a qual nos debruçaremos adiante. Qual era o valor diferenciador do SP? O que tornava legítima a existência do SP e o seu posicionamento privilegiado se ele não se diferenciava (Bardoel e d’Haenens, 2008a; Brants, 2003)?

De facto, ao nível dos conteúdos, essa aproximação não foi bem vista. Como já referimos, a contaminação das grelhas dos canais públicos por produtos característicos dos canais comerciais foi a primeira justificação da crítica ao posicionamento privilegiado do SPRT. Porém, ao nível da gestão, a aproximação do SP aos modelos comerciais foi amplamente incentivada (Alm e Lowe, 2003). Isso aconteceu porque, como já analisámos, houve uma forte tendência para aligeirar e racionalizar, quer os serviços quer a presença do Estado na sociedade. Assim, os operadores de SPRT foram, claramente, envolvidos pela onda neoliberal e operou-se uma mudança de fundo:

“these organizations were historically often considered to be complex, highly politicized state institutions with considerable levels of inefficiency and bureaucracy, while they were also often associated with paternalism, normative and moral guardians. This public image might be seen as rather counterproductive in late modern society – an image that was only reinforced by market competition and public discourses questioning the legitimacy of PSB” (Biltreyst, 2005:351).

Ou seja, ao SPRT passou a exigir-se esta dualidade antagónica: proximidade e distanciamento. O SP deveria ser mais eficaz no mercado do que os seus concorrentes e, ao mesmo tempo, manter-se fiel aos seus princípios (Padovani e Tracey, 2003).

“Not only is content converging but also the ‘performance’ logic imposed on public broadcasters leads to them adopting market strategies, which may conflict with both their traditional remits and their commercial competitors. The survival of public broadcasting comes at a price: a more marketable programme philosophy, outsourcing, downsizing, reduction of the permanent workforce, streamlining working/production methods, rationalising costs and setting new productivity targets to achieve greater efficiency and accountability - a strategy that may eventually erode the ground upon which a distinct and valuable broadcasting system has been built” (Lanara, 2004: 110).

A racionalização dos custos e da gestão tornou-se, assim, uma das faces da mudança que permitiu a adaptação do SPRT e a legitimação da sua existência. Entretanto, os operadores mudaram. A aplicação do NPM evoluiu nestes operadores para uma síntese que não exclui princípios clássicos associados ao SP. As empresas agilizaram-se e, estrategicamente, aproximaram-se dos competidores. A própria luta de audiências, que por vezes originou a crise de identidade, foi também assumida, embora sem as cedências de outrora. Daqui resultou um esbatimento de diferenças, tradicionalmente, assumidas entre os dois campos. Mas muitos canais conseguiram uma relevância de compromisso tanto para o cidadão, como para o consumidor (Syvertsen, 2003: 159).

Vejamos, pois, como se desenvolveram alguns dos operadores.

I.3 | O MOSAICO EUROPEU: DIVERSIDADES NO SERVIÇO PÚBLICO

A implementação do SP no sector dos *media* tem uma razoável diversidade, na Europa. Uma das faces dessa diversidade deve-se às diferentes estruturas organizacionais adotadas. Assim, podem ser identificadas, de acordo com Mooney (2004), estruturas integradas (como no caso da RTP, em que o audiovisual público é completamente controlado pela empresa); federais regionais (como no caso particular da Alemanha, no qual os diversos estados têm autonomia constitucional); e fragmentadas (como no caso da França, onde há operadores distintos para cada sector). A governação das empresas de SP é igualmente distinta, havendo formas que privilegiam a representação social e outras que prescindem dessa participação, como veremos adiante. Da mesma forma, a avaliação dos *media* de SP é, feita de formas distintas, quer recorrendo a critérios qualitativos, quer a limiares quantitativos - entre outras variáveis, o que também será abordado mais à frente.

Não cabe neste estudo a descrição aprofundada de todas os *media* de SP europeus. No entanto, entendemos que a referência a alguns exemplos particulares ajudam a contextualizar os movimentos que afetaram a realidade portuguesa. A escolha dos casos aqui sumariamente descritos, resulta da identificação de características que são relevantes para o presente estudo. Através da apresentação de

boas e más práticas existentes noutros países, pretendemos colocar em perspetiva algumas das características do SPRT português. Fá-lo-emos ao longo deste trabalho.

I.3.1 | FINLÂNDIA

A finlandesa YLE insere-se numa contexto – aliás, comum a toda a Escandinávia – no qual os produtos do SPRT são encarados com um bem público essencial, típico do *Welfare State*, e baseado no princípio da responsabilidade social (Lowe e Alm, 1997).

O aparecimento de canais de rádio e televisão privados data de meados da década de 80, o que retirou quota de mercado à YLE e levou a uma reforma, inicialmente, da rádio pública e, posteriormente, da televisão. Aqui, também a imagem da ineficiência pública sucumbiu perante a fama da eficácia empresarial privada. Nos anos 90, a televisão pública tem um decréscimo nas audiências. Apesar da reorganização, a YLE manteve as suas rádios para a minoria sueca do país (Moring e Salmi, 1998). O operador público finlandês assumiu a sua prioridade cultural num mercado competitivo, recorrendo à chamada NPM e apontando o seu futuro para a digitalização (Lowe e Alm, 1997).

I.3.2 | ITÁLIA

Em Itália, os anos 90 marcaram o processo de evolução do operador público para um modelo multimédia. O país vive uma realidade, nos últimos anos, marcada pela figura de Berlusconi, (Padovani, 2010). Mesmo depois de ocupar o cargo de Primeiro ministro, Berlusconi manteve-se como acionista maioritário da Fininvest/Mediaset, a empresa líder no sector mediático italiano, e uma das maiores do mundo. Na prática, existe um duopólio em Itália, uma vez que o SP e a Mediaset têm mais de 80% do *share* televisivo. Nos anos 90, a RAI foi alvo de uma dupla reestruturação: primeiro, para a salvar da falência; segundo, para a colocar no trilho da digitalização (Hibberd, 2001). Na RAI, existia uma prática chamada *lottizzazione*, que consistia na distribuição de lugares de acordo com as filiações partidárias. Embora isso tenha deixado de acontecer da mesma forma, continuou a existir influência política no operador público (Hibberd, 2001). A tradição é de uma forte rotatividade nos cargos dirigentes da empresa. A taxa que sustenta os *media* públicos é uma das mais baixas da Europa (Padovani, 2010).

I.3.3 | INGLATERRA

Em Inglaterra, a BBC é, desde sempre, o modelo para muitos operadores. O sector inglês, é singular, uma vez que mesmo os *media* comerciais têm obrigações de SP. Além disso, há mais operadores de SP, para além da BBC. É o caso do Channel 4. O objetivo deste princípio de pluralidade no SP é incentivar a qualidade de conteúdo. A existência e missão da BBC assentam na Royal Charter e não em estatutos. A BBC pode recorrer às novas plataformas para cumprir a sua missão, desde que exista proximidade em relação ao *core* da sua atividade (Prosser, 2007). Cada novo serviço que é criado é sujeito a um teste de valor público, de que falaremos mais à frente. Os serviços comerciais têm de ser separados de forma transparente, mas têm, de alguma forma, de estar ligados à promoção do SP, e têm de ser sujeitos a avaliação do seu impacto no mercado (Prosser, 2007). No final da primeira década do novo milénio, a BBC tinha cerca de um terço da audiência televisiva do Reino Unido, metade dos ouvintes de rádio e era líder dos operadores multimédia (Tunstall, 2010). Com a fusão de vários organismos reguladores, em 2003, da qual resultou o aparecimento do OFCOM, uma nova fase começou no SP, como explica Tunstall: a utilização da quantificação para medir a eficiência (2010). Tanto a BBC como o OFCOM estão relativamente blindados em relação à influência política (Prosser, 2007; Tunstall, 2010). Pode afirmar-se, que a BBC continua a ser líder no desenvolvimento do SP, ao ser o operador que mais perto está de reenquadrar a sua missão, não em torno da difusão, mas sim das novas plataformas (Moe, 2008c). É o resultado da implementação de uma nova estratégia em torno da construção de valor nos serviços fornecidos (BBC, 2004).

I.3.4 | FRANÇA

Em França, existe alguma crise de legitimação em relação aos canais de televisão públicos, que balançam entre a necessidade de se diferenciarem e as tendências de comercialização (Marcangelo-Leos, 2007). O autor (2007) diagnosticava, por isso, a necessidade de se implementarem reformas que conduzissem à definição de obrigações relacionadas com os parâmetros da sua missão. A resposta a esse diagnóstico veio, no final da primeira década do novo milénio, com o início de uma profunda alteração estrutural, que incluía o desaparecimento da publicidade na televisão pública, a nomeação do seu diretor-geral pelo Presidente da República e a criação de uma entidade para gerir as atividades digitais (Kuhn, 2010; 161). O controlo governamental foi uma tradição enraizada na televisão pública francesa, principalmente nos anos 60. No entanto, hoje, não pode falar-se de favorecimento político na informação da televisão pública (Kuhn, 2010). Os grandes desafios que o operador público enfrenta são a manutenção de uma relevância diferenciada que justifique o seu financiamento através de taxa, a evolução da sua dimensão tradicional para um perfil multimédia e o fim de uma representação deficitária da multiculturalidade do país (Kuhn, 2010). Ou seja, de forma geral, como explica Kuhn, os

desafios do SP francês não são distintos dos que a generalidade dos países enfrenta. A sua situação resulta de um encurralamento particularmente desconfortável: “the combination of the hostility of an interventionist president and the lobbying influence of commercial broadcasters on government policy” (2010: 169).

I.3.5 | ALEMANHA

A lição nazi foi determinante na estruturação do SP alemão no pós-guerra. O objetivo foi garantir a maior distância possível entre o Estado e o operador público. Embora a inspiração tenha sido a da BBC, a organização federal da Alemanha ditou a criação de vários canais regionais (que cobrem um ou mais estados). Esses canais foram agrupados, em conjunto com a rádio de SP, a DeutschlandRadio, e com o operador internacional Deutsche Welle, na ARD.

Entretanto, foi criado um canal nacional de televisão, a ZDF. As entidades que governam ambas as organizações têm uma composição representativa da sociedade e não do poder político (Woldt, 2010). No entanto, o poder político está representado nestas entidades e tem um papel na escolha das direcções. Por outro lado, a definição do montante da taxa é da responsabilidade dos governos federais (Palzer, 2007). O financiamento é misto, com taxa.

O SP alemão enfrenta, nos últimos anos, uma enorme pressão do sector privado (no qual se inclui a imprensa), o que se refletiu num idêntico constrangimento da CE em relação ao desenvolvimento de atividades online dos operadores (Woldt, 2010). O acordo conseguido entre a UE e os estados alemães, inclui as atividades de “telemedia” como parte do SP, mas limita o seu âmbito, bem como a permanência dos conteúdos aí incluídos, deixando o caminho mais livre para a iniciativa privada (Woldt, 2010).

I.3.6 | ESPANHA

A paisagem audiovisual espanhola tem particularidades interessantes. Em Espanha há uma empresa nacional, a RTVE, e várias dezenas de operadores regionais e locais de televisão. O SPRT espanhol tem inúmeras semelhanças com a realidade do nosso país. Foi objeto da continuada manipulação partidária, mesmo depois da instauração democrática, em 1975, e a rotatividade diretiva impediu a definição de políticas sólidas de desenvolvimento estratégico (Arboledas, 2008; Bustamante, 2005; León, 2010; Prado, 1994). Na primeira metade da década passada, a sua completa reforma foi uma prioridade política, tendo em conta a degradação da sua imagem, resultante da comercialização da oferta televisiva e a sua desastrosa situação financeira (Gómez, 2007; León, 2010). De facto, os prejuízos da empresa haviam levado a que ela fosse colocada sob a alçada de uma *holding* estatal em

2000 (Gómez, 2007). Em meados da década passada, o relatório de uma comissão de especialistas esteve na base da reestruturação da empresa e da regulação. O objetivo era potenciar conceitos como independência, eficiência, distintividade e transparência, o que resultou na implementação de várias medidas (Bustamante, 2005; Gómez, 2007; León, 2010). A eleição do presidente da empresa, embora tendo origem nas instâncias políticas, passou a só ser possível com uma votação de dois terços, o que, na primeira vez em que foi posto em prática, implicou um acordo partidário (León, 2010). O modelo de financiamento misto, embora possa diminuir a dependência face às receitas publicitárias, pode implicar uma redução significativa do montante existente para garantir a operacionalidade da empresa (León, 2010; Gómez, 2007). O novo enquadramento legislativo passou a incluir explicitamente a importância de o SP desenvolver novos serviços e novas plataformas, o que é considerado um avanço importante (León, 2010), tendo em conta a estagnação que, durante anos, atrasou a RTVE neste campo (Llorens, 2008).

I.3.7 | GRÉCIA

Na Grécia, o estado tem um papel de predominância na sociedade. Como explica Papathanassopoulos, “the state is not only relatively autonomous but also has an ‘over-extended’ character” (2010:223). A sua tradição é de controlo sobre o operador de serviço público, o que se reflete, quer no *output* noticioso, quer na rotação diretiva (Papathanassopoulos, 2010). O final dos anos 80 trouxe uma mudança radical à paisagem audiovisual grega. O cenário é caracterizado por uma sobrelotação anárquica, sobretudo, de canais televisivos (que ainda não estão licenciados), o que prejudicou claramente a televisão pública (Papathanassopoulos, 2010). Neste momento de transição para a digitalização, o futuro do SP e da própria ecologia mediática nacional está dependente de uma posição política (Papathanassopoulos, 2010).

I.3.8 | HUNGRIA

Na Hungria existem uma televisão pública (MTV) com dois canais nacionais, um generalista terrestre e outro cultural por satélite; um operador público com dois canais (Duna Tv e Autonómia) para a diáspora; e a rádio pública (MR). Existem, porém, obrigações de SP nos operadores privados (Lengyel, 2010). Até ao final dos anos 80, quando ocorreu a transição democrática, não pode falar-se de SP, mas sim de *media* estatais (Lengyel, 2007; 2010). A liberalização, nos anos 90, levou a uma diferenciação complementar de orientações, ao tornar o primeiro canal televisivo mais competitivo e o segundo menos preocupado com as audiências (Lengyel, 2010). No entanto, o que se verifica, segundo Lengyel (2010), é que o público sente-se mais bem servido com a oferta privada, o que resulta numa fraca ligação do SP com a sociedade. Essa legitimação é um dos principais desafios do SP. Para o conseguir,

tem de definir melhor a sua missão (mente expressa de forma limitada) e adequar o seu financiamento (Lengyel, 2010). O financiamento é misto, inclui subsídios estatais e a taxa foi abolida em 2002 (Lengyel, 2007).

1.3.9 | POLÓNIA

Na Polónia, a transição de *media* estatais para um SPRT ocorreu após a queda do regime autoritário, em 1989, num processo com analogias, quer com o leste da Europa, quer com Portugal. De facto, a Polónia constitui um processo-tipo, nestes contextos de transição. O texto de Stepka podia, perfeitamente, descrever a situação portuguesa no final dos anos 70:

“The position of PSB is further weakened by the lack of a clear media policy on the part of successive governments which have failed to define sufficiently the role and remit of national public media. The primary concern of the political parties appears to be exerting influence on PSBs, rather than ensuring their political Independence” (2010:242).

Efetivamente, a TVP tem três canais de televisão nacionais, um internacional, um canal em alta definição e três canais temáticos por satélite. A PR tem quatro canais de rádio nacionais, a Radio Parliament e uma rádio internacional, assim como 17 estações regionais (Stepka, 2010). Existe, apesar dos mecanismos que, em princípio, garantem alguma independência, uma ingerência política na organização do SP, o que se confirma com as coincidentes trocas na política e na direção da empresa (Stepka, 2010). O SP sofre de uma crescente comercialização e insuficiência de receitas públicas. O enquadramento legislativo permite à televisão pública a implementação de serviços nas novas plataformas, das quais se destacam os serviços de vídeo *online*. A televisão móvel avançou, entretanto, no país (Stepka, 2010).

1.3.10 | PAÍSES SEM TRADIÇÃO DE SERVIÇO PÚBLICO

Como os dois últimos exemplos ajudam a realçar, existe uma relação entre o processo democrático e a implementação dos *media* públicos. O fim dos regimes comunistas da Europa de leste, a desagregação da União Soviética e a queda do muro de Berlim resultaram numa nova situação geopolítica. Nesses países a mudança é total. Não só pela abertura política, mas também pela alteração dos hábitos resultantes da entrada na sociedade de consumo. Em alguns casos, a adesão a comunidades

internacionais deu um forte impulso. O Parlamento Europeu considerou as mudanças no sector audiovisual como essenciais nos processos de adesão a novos países³⁰. A política europeia incentivou o estabelecimento da liberdade de expressão e de *media* independentes na Europa central e de leste.

Na segunda metade da década de 90 a avaliação das mudanças era feita regularmente pela CE e no final da década, tinham-se já verificado avanços sectoriais significativos em alguns países, como a Bulgária ou o Chipre. No entanto, outros países tinham um ritmo mais lento na adoção dos padrões europeus, como a Hungria, a Letónia ou a Estónia. Tal como era reconhecido pelo Conselho da Europa, os ritmos de implementação foram muito diversos (Mooney, 2004).

Na ex-URSS, bem como nos seus países satélite, a desregulação e a liberalização do sector, a digitalização, o cabo, a internet e o satélite vieram tornar anacrónica a ideia de controlo estatal absoluto pelo estado (Rumphorst, 2004). A reestruturação mediática acabou por se ancorar entre o apelo do ocidente e o apelo do passado. A estes países, segundo Jakubowicz (2004), depararam-se três modelos de desenvolvimento dos *media*: o modelo idealista, baseado em ideais de igualdade, de justiça, de acesso e participação numa democracia; o modelo mimético, baseado na realidade ocidental dual e liberalizada; e o modelo atávico, que resultava da atitude das novas esferas de poder que, apesar de apregoarem o modelo mimético, tentavam manter o sistema (e o SPRT) sob controlo. Evidentemente, o SP só podia ser concetualizado dentro das duas primeiras.

Assim, tal como sucedeu em Portugal, a implementação de um SPRT fez parte do processo de transição democrática. A ideia de maturidade nos mercados (Raboy, 1997) deve ser alargada à própria democracia. Nas democracias recentes da Europa central e de leste, a ideia de SPRT sucedeu à de *media* estatais integrando a transformação global da sociedade. E, neste contexto, é difícil não cair na circularidade das questões de Price e Raboy: “is an ideal public service broadcaster only possible in a mature, democratic society or is a mature, democratic society only possible if there is a strong public service broadcaster?” (2003: 148).

O exemplo dos países do leste demonstra que esta pode ser uma falsa questão, uma vez que os elementos da equação precisam de uma relação simbiótica para se desenvolverem mutuamente. O que se verificou nestes países foi que a implementação de processos de democratização, por vezes, se revelou contraditória em relação às suas heranças históricas e, por isso, chocou com uma série de obstáculos (Khiltchevski, 1997). Da mesma forma, o conceito de SP foi importado e artificialmente implantado nesta região. O objetivo primordial era a construção de um SP próximo dos modelos ocidentais e mais independente dos governos (European Audiovisual Observatory, 2003). No entanto, o sucesso dessas intervenções estaria, segundo a UNESCO, condicionado à partida, pelo facto de se ignorarem a herança e as condições sociais, culturais e económicas, bem como a própria identidade

³⁰ Cf. EUROPEAN PARLIAMENT. 2000. *Briefing N.º47. Audiovisual Policy: Applicant countries and the community aquis* [online]. [Acedido em 20 de agosto de 2010]. Disponível em: http://www.europarl.europa.eu/enlargement/briefings/pdf/47a1_en.pdf.

nacional (Banerjee e Seneviratne, 2005). Como é explicado por Hrvatin, o processo de mudança foi artificial:

“While in the economic and political sector the goals were easy to set, in the media sector a broadly accepted model or consensus did not exist. Public broadcasters in western Europe developed in specific circumstances that could not be reproduced half a century later in countries with completely different political, economic and media backgrounds. Formerly state-owned media were thus transformed into public service media practically overnight, but the change was merely formal” (2002:83).

Os próprios cidadãos consideraram estranho este conceito de SP. Na Rússia, foram precisos dez anos para que o público pudesse perceber que havia outras funções e outros posicionamentos da televisão, para além da amplificação ideológica (Vartanova e Zassoursky, 2003).

Numa primeira fase, a ocidentalização dos *media* na Europa central e de leste não avançou pelo caminho que muitos gostariam. A análise de Splichal (2004) é contundente: os *media* nesta zona do mundo tornaram-se numa espécie de cambiante do modelo italiano, com forte dependência governamental e partidarismo. Os exemplos são vários e incluem, quer os processos de nomeação das direcções, quer interferências governamentais diretas (Price e Raboy, 2003). Efetivamente, há em países com tradição de *media* estatais, uma resistência à implementação de serviços independentes. E, se na Europa de leste, o SP avançou com diferentes velocidades de implantação, em grande parte de África³¹, o conceito continua a ser uma miragem. “Where neo-totalitarian and neo-colonial governments seek to retain power at all cost, the lack of autonomy of national media is also a problem of political will” (Raboy, 1997: 22).

Entretanto, quando o SPRT se estabeleceu, teve de competir com um mercado já estabelecido, as empresas não foram redimensionadas nem reestruturadas e o quadro legislativo avançou demasiado devagar (Jakubovicz, 2004; Hrvatin, 2002). Por outro lado, a programação avançou, nos últimos anos, em direção aos gostos das massas e agora constata-se que não é fácil interessar a sociedade em conteúdos culturais e educacionais. Essa é uma estratégia que muitos dos Estados não conseguiram, desde logo, implementar (Khiltchevski, 1997). Já no século XXI, as estruturas de grande parte dos operadores, mesmo antes da adesão efetiva desses países à UE, eram próximas dos padrões dos países membros e as suas fontes de financiamento eram, preferencialmente, mistas, com taxa e publicidade (European Audiovisual Observatory, 2003). Porém, o princípio da igualdade é, ainda, muito distante.

³¹ Para uma análise do papel dos *media* no continente africano, principalmente na região sub-sariana, cf. Okibgo (1997).

De acordo com Vartanova (2002), a desigualdade no acesso aos *media* e no acesso à tecnologia estão relacionadas com o grau de desigualdade económica e social entre países. E os países de leste vivem realidades e níveis de desenvolvimento bem distintos. Nestes países, os novos *media* tornaram-se mais acessíveis a alguns grupos sociais, à medida que se desenrolavam as profundas mudanças estruturais no respectivo país, mas isso apenas acentuou diferenças sociais. A autora defende que, neste contexto, cabe ao Estado um papel de regulação e incentivo neste momento de transição, uma vez que os quadros legislativos que poderão sustentar a mudança ainda estão a ser formados (Vartanova, 2002).

Apesar destas dificuldades de adaptação do conceito de SP, existe uma grande expectativa em relação às capacidades de o SPRT conduzir a uma maior participação cívica (Banerjee e Seneviratne, 2005). Às vezes, as expectativas serão demasiado altas:

“Public service broadcasting efforts in transition societies have, in many ways, a much tougher set of tasks to accomplish than do many of their counterparts. In a moment, virtually of creation, they are called upon to perform a set of miracles: pulling society together, helping establish community and democratic principles, assisting in ensuring peace. Yet, in these very transition societies, public service broadcasting organizations face a larger number of barriers: greater political interference, a non-working economy (which makes the funding debate more complicated), and historical and social traditions in which to root enterprises that often differ from those that have developed over time in Western Europe” (Price e Raboy, 2003: 117).

É, pois, neste sentido que se fala em artificialidade na implantação de um conceito que não se ajusta às características e à história do país. Porém, existem outros modelos de SPRT para além do clássico europeu, como veremos seguidamente.

I.3.11 | OUTRAS PERSPETIVAS SOBRE O SERVIÇO PÚBLICO

A referência a modelos diferentes de SPRT, nomeadamente o norte-americano e neo-zelandês, exemplifica duas particulares ameaças para o modelo de tradição europeia, que iremos desenvolver mais à frente: a limitação do âmbito do SP e um modelo delegado, baseado não em canais, mas em programas. A referência à implementação no Brasil do SPRT é, igualmente, interessante, uma vez que lhe reconhecemos um posicionamento com características europeias e norte-americanas.

O sector mediático norte-americano sempre se baseou na iniciativa privada, ao contrário do mercado europeu, no qual a iniciativa pública veio a tornar-se indissociável do desenvolvimento do sector. Nos

EUA, o SPRT é visto “as an additional service to existing commercial initiatives, that strictly should provide those programmes that are not provided in the market” (Van Dijk, Nahuis e Waagmeester, 2006:14). É um modelo que muitos operadores privados gostariam de ver implementado no velho continente, dada a sua vocação minoritária. Lá, como na Europa, o serviço público também foi afrontado, ameaçado de privatização e teve de se reestruturar para responder ao novo contexto digital (Hoynes, 2003). Mas, de forma algo semelhante ao que acontece na Europa, continua a justificar-se com base na atualização dos seus princípios de base. Nos EUA, existe uma entidade, criada em 1967, que se designa Corporation for Public Broadcasting (CPB), que financia conteúdos de SP a cerca de 1000 estações de rádio e televisão (Baer, 2010). O Public Broadcasting Service (PBS) é composto por cerca de 350 estações locais de televisão. A National Public Radio (NPR) agrupa cerca de 700 estações. Embora ambas tenham uma boa imagem junto do público, a PBS tem *shares* cada vez mais baixos, ao contrário da NPR, que tem crescido bastante (Baer, 2010). Ambas lutam com dificuldades financeiras e estão ativamente a desenvolver atividades digitais, numa clara adaptação aos novos modelos participativos, e rentabilizando a aura de confiança que os cidadãos lhe reconhecem (Baer, 2010). Os fundos para as suas atividades são oriundos da CPB, do estado e dos governos federais, de subscrições, atividades empresariais e patrocínios de universidades ou fundações (Baer, 2010).

A experiência limite neo-zelandesa constituiu um laboratório capaz de ilustrar as consequências do fim de um SP fornecido por uma instituição pública. O seu exemplo é frequentemente citado pela experiência limite no âmbito do SP e pelo sector dos *media* mais desregulado do mundo (Kanzer, 2004; Comrie e Fountaine, 2005; 2006). No final dos anos 80, a BCNZ, televisão pública da Nova Zelândia foi transformada numa estação com fins lucrativos e deixou de ser financiada pela taxa, cujo montante foi direcionado para uma organização chamada NZOA (Dunleavy, 2010). Essa organização financiava alguns programas de SP cujos projetos tivessem sido apresentados por produtores privados ou pela própria BCNZ e que, posteriormente, podiam ser transmitidos. O resultado foi o acantonamento dos programas de serviço público em horários sem qualquer tipo de relevância junto do público, o que levou o governo a repensar a necessidade de uma estação de SP, segundo Nissen (2006).

O caso brasileiro reflete várias perspetivas acerca do SP. Por um lado, ele tem semelhanças com o norte-americano, uma vez que o sector dos *media* no Brasil é fortemente comercial, desde o governo de Getúlio Vargas³². E o SPRT que agora se desenvolveu tem uma perspetiva complementar. No Brasil, o conceito de SP tal como o entendemos na Europa, era desconhecido. Existia, sim, uma tradição de televisão educativa³³, que surgiu nos anos 60, depois de duas iniciativas radiofónicas ainda nos anos 30 (Valente, 2009b). Assim, apesar da ideia de responsabilidade social ter surgido com os primeiros

³² O debate em torno da introdução do SPRT no Brasil foi rico. O obra da Intervezes (2009) oferece uma perspetiva comparada da realidade e história brasileiras, como forma de estimular o debate.

³³ Esse é, segundo Valente (2009), um dos possíveis posicionamentos do SP. A tradição do SP educativo é forte na América Latina, onde servia como complemento, ou mesmo como substituto, das salas de aula.

empresários (Mattos, 2002), para o público brasileiro, a ideia de SP era estranha, uma vez que os seus pólos referenciais eram as emissoras comerciais e as governamentais. Em 1988, foi consagrada na Constituição a possibilidade de *media* públicos, que seriam equidistantes e complementares em relação aos *media* públicos e aos estatais (Valente, 2009b). Durante cerca 20 anos, nada aconteceu. Mas, em 2006 e 2007, um amplo debate levou à criação, no ano seguinte, da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que tinha a seu cargo o SPRT, com base em princípios de independência face ao poder federal e de participação social. "A criação da EBC e de seu serviço televisivo, a TV Brasil, significou uma tentativa de superação do passado de atrelamento dos canais públicos aos governos e autoridades" (Valente 2009:269). A EBC gere três canais de televisão e oito rádios. O objetivo é estabelecer uma rede nacional dirigida pela TV Brasil. Nessa rede, podem participar várias estações, com graus distintos de envolvimento, traduzidos na maior ou menor transmissão de conteúdos (2009). Uma das particularidades do sistema, atualmente, é a inclusão, nos canais de televisão, do NBR, o canal do governo federal do Brasil, que é distribuído através do cabo. O peso da sociedade civil na gestão da EBC é claramente inferior ao do governo federal.

O que estes exemplos nos mostram é que existem outros modelos para o SP. Alguns, centram-se nos conteúdos e não nas estações. Como diz Dunleavy, uma das grandes lições que podem ser aprendidas com a Nova Zelândia, é que existe "a 'tested and proven' model through which public funding can be allocated to PSTV programmes produced for commercial networks" (Dunleavy, 2010: 309). Mas, para já, e apesar do ataque constante ao SP na Europa, ninguém parece disposto a aproximar-se da experiência neo-zelandesa.

Efetivamente, nos últimos anos, passou a existir a percepção de que a satisfação das necessidades do SPRT não passa, necessariamente, pela existência obrigatória de canais públicos. A definição de conteúdos que podem satisfazer essas lacunas do mercado pode ser feita pela tutela. A posterior transmissão dos conteúdos pode ser subsidiada aos operadores privados ou negociada de outra forma (Ariño e Ahlert, 2004). A missão de SP pode ser identificada com uma organização, como acontece tradicionalmente com os operadores públicos, mas também pode ser vista como o preenchimento de várias necessidades, independentemente de quem o faz (Harrison e Woods, 2001). A política europeia não dita soluções a esse nível. E são ainda escassas as experiências, na televisão de serviço público, que corporizam alternativas às formas mais tradicionais do modelo. Isso aconteceu na Nova Zelândia e no Canadá (com o financiamento de conteúdos específicos em vários operadores), bem como na Holanda (com o foco nos serviços que permitem a formação de uma opinião pública, em detrimento de outros conteúdos, como o entretenimento) (Bardoel e d'Haenens, 2008a; Whittingdale: 2008). A BBC contraria estas possibilidades, que também são debatidas em Inglaterra. O conteúdo de serviço público fornecido por privados não pode nunca substituir o que é produzido por uma empresa com uma tradição e uma missão definidas nesse sentido, porque a essência do serviço não é a mesma (Whittingdale, 2008).

II | DA LEGITIMAÇÃO POLÍTICA ÀS POSSIBILIDADES DE EXPANSÃO: OS LIMITES DO POSICIONAMENTO DO SERVIÇO PÚBLICO

Como já referimos, o posicionamento do SP no sector audiovisual resulta de um comprometimento político com um determinado ideal democrático e da compatibilização no mercado entre as dimensões cultural e industrial da sua atividade. Vejamos, seguidamente, como ao SP foi politicamente garantido um lugar no sector audiovisual europeu e como o Estado foi reconfigurando o seu papel em relação aos operadores. Porém, apesar do reconhecimento desse lugar no mercado, existe margem para que o SPRT possa injustamente distorcer as condições de concorrência, através de financiamentos estatais privilegiados. O SP tem sido atacado pelo mercado e colocado sob uma apertada vigilância das instâncias europeias, sobretudo num contexto de diversificação de atividades e de cruzamento de plataformas. Essa pressão constitui uma ameaça concreta à liberdade de movimento do SP. Quanto vale o SPRT? Até onde poderá ele ir legitimamente? Estas são algumas das questões que levantamos no presente capítulo.

II.1 | EVOLUÇÃO DA POLÍTICA EUROPEIA PARA OS *MEDIA* PÚBLICOS

Na realidade multifacetada dos *media* europeus coexistem vários sistemas. A clássica divisão de Hallin e Mancini (2004) agrupa-os de acordo com identidades de matriz, sobretudo, geográfica e política. Entendemos que não se enquadra no nosso trabalho qualquer problematização em torno deste quadro. No entanto, evocamo-lo, meramente, com o intuito de sistematizar as características que se tornaram marcas de diferenciação clássicas entre os vários sistemas mediáticos. Assim, distinguimos um modelo liberal (da região do Atlântico norte, característico da Grã-Bretanha, Irlanda e EUA, no qual predomina uma dinâmica de mercado [2004:11]); de um modelo democrático corporativista (da Europa central e do norte, dominado pela coexistência de fortes *media* comerciais, *media* ligados a grupos políticos e civis, histórica liberdade de imprensa e forte intervenção estatal [2004: 195-196]); e, ainda, de um modelo pluralista polarizado (da zona mediterrânica, com históricas ligações à política e menor desenvolvimento dos *media* privados [2004: 138-142]).

De facto, o mosaico europeu inclui mercados com variadas características. Com distintas tradições na relação entre os governos e os meios de comunicação, como já veremos. No entanto, é partilhada por todos uma visão comum dos *media* como elementos indissociáveis do desenvolvimento democrático,

tal como este tem sido entendido na Europa ocidental. A eles cabe um papel de mediação na relação entre sociedade, cidadãos e estruturas de governo³⁴. A sua contribuição sente-se, idealmente, a vários níveis: formação da opinião individual e pública, representação das várias dimensões e valores da sociedade, informação justa, pluralidade, fortalecimento das identidades regionais e através do acesso a conteúdos diversificados e de qualidade (Ridinger, 2009: 5). Na Europa, o seu contributo na promoção da democracia e da cultura, mas também o seu peso económico e as suas dimensões tecnológica e política têm justificado uma forte política de desenvolvimento estratégico, sobretudo, para o sector audiovisual³⁵. Porém, e como é visível ao longo deste trabalho, os objetivos dos *media* públicos são distintos dos que norteiam os operadores comerciais. Claramente, a forma como a política europeia das comunicações tem evoluído, reflete o objetivo de construção da identidade da Europa: mais precisamente, do tipo de Europa que se pretende que emerja (Michalis, 2007). Como iremos ver, embora por vezes não pareça claro em que moldes, o SP é, seguramente, uma peça central nessa construção.

Data de 1974 a primeira referência de uma instância europeia à importância dos *media* de SP. O Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias referia-se ao direito de cada Estado ter um programa generalista com a forma de SIEG (Ridinger, 2009:2). Porém, é no início da década de 90, em plena ebulição da era digital (Negroponte, 1996), que a reflexão em torno da importância dos *media* públicos ganha verdadeira dimensão. Tem início um turbilhão, provocado por duas forças antagónicas: os operadores de SPRT, que procuram um lugar num mercado competitivo, entretanto, alargado e os operadores privados, que pretendem reduzir a ação e os meios do sector público.

É com esta pressão dos operadores privados em fundo, que se irá definindo a política europeia para o sector. Como iremos constatar, o SP é, mais do que um conceito, uma base para uma filosofia geral de intervenção na sociedade (Steeimers, 2003), sobretudo nos países da Europa ocidental e do norte. Consequentemente, a regulamentação relativa aos *media* e, concretamente, ao SP, resulta de uma ideia política de identidade europeia - que, com o tempo, irá acabar por se sobrepor à própria discussão sobre a criação de uma esfera pública europeia (McGonagle, 2008).

Efetivamente, são as ideias de identidade e integração que estão na base da política europeia para o sector, sobretudo a partir do Relatório Hahn, datado de 1982 (McGonagle, 2008). Este relatório tem uma influência enorme no sector, durante essa década, nomeadamente, na Diretiva Televisão Sem Fronteiras, de 1989, que nele encontra raízes, e que se tornou no centro da política audiovisual europeia.

³⁴ Para uma análise da evolução dos *media* na sua relação com a democracia cf. (Nieminen e Trappel, 2011).

³⁵ Cf. Council Resolution of 21 January 2002 on the development of the audiovisual sector, 2002/C 32/04. *Official Journal of the European Communities*, 05 de fevereiro de 2002.

Nos anos 80, há ainda um outro marco central neste percurso. A primeira Conferência de Ministros europeus sobre políticas do sector audiovisual, que decorreu em Viena, em 1986, foi dedicada ao futuro da televisão³⁶. A sua primeira resolução partia do artigo 10º da Convenção para a Protecção dos Direitos do Homem e das Liberdades Fundamentais, relativo à liberdade de expressão, para enfatizar a necessária presença da televisão na livre e plural (in)formação dos cidadãos, de forma a que estes pudessem viver em pleno a democracia, de acordo com um ideal europeu. Nesse contexto, o papel do SP (que podia ser prestado por organismos públicos ou privados) era realçado.

Já nos anos 90, a quarta Conferência de Ministros Europeus, que decorreu em 1994, tinha em conta as alterações entretanto verificadas nos mercados³⁷. Com a liberalização e a implantação do modelo misto como pano de fundo, a primeira resolução da conferência é dedicada ao SPRT. Não se tratava apenas da aposta na chamada Sociedade da Informação (SI). Aqui enfatizava-se a necessidade de um SPRT forte, num contexto de crescente competitividade e comercialização, bem como perante a rápida transformação tecnológica. A resolução incluía várias linhas que deveriam dar corpo à missão de SP e debruçava-se, quer sobre o seu financiamento, quer sobre a sua expansão para novos *media*, referindo-se às necessidades de independência face aos governos e de prestação de contas face aos cidadãos³⁸.

Pela sua importância, devem ainda ser referidas uma recomendação sobre a garantia de Independência dos *media* públicos, emitida pelo Conselho de Ministros do Conselho da Europa, em 1996³⁹ e uma resolução do Parlamento Europeu sobre a televisão pública na era digital⁴⁰. Esta última resolução tem por base o Relatório Tongue⁴¹, que assumia o SPRT como pedra angular da democracia e afirmava a necessidade de a UE cuidar da sua continuidade, de forma a que as novas tecnologias viessem a ser uma forma de elevar os padrões de serviço destes operadores.

O Tratado de Amesterdão, de 1997, é o documento principal na defesa e na definição do futuro do SPRT na Europa⁴². É reconhecida a especificidade dos meios audiovisuais públicos, nomeadamente,

³⁶ Cf. *1st European Ministerial Conference on Mass Media Policy: The future of television* [online]. [Acedido em 05 de dezembro de 2009]. Disponível em: [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/DH-MM\(2006\)004_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/DH-MM(2006)004_en.pdf).

³⁷ Cf. *4th European Ministerial Conference on Mass Media Policy: The media in a democratic society* [online]. [Acedido em 05 de dezembro de 2009]. Disponível em: http://www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_ref_coe_mcm_resolution_psb_07_081294_tcm6-4274.pdf.

³⁸ O relatório "The Future of Public Service Broadcasting", preparado pela delegação belga, apresenta um quadro pormenorizado das preocupações e desafios que, em plena crise, atormentavam o serviço público.

³⁹ Cf. *Recommendation No. R (96) 10 Of the Committee of Ministers to Member States on The Guarantee of the Independence of Public Service Broadcasting* (Adopted by the Committee of Ministers on 11 September 1996, at the 573rd meeting of the Ministers' Deputies). Esta recomendação foi atualizada em 2006: cf. *Declaration of the Committee of Ministers on the guarantee of the independence of public service broadcasting in the member states* (adopted by the Committee of Ministers on 27 September 2006).

⁴⁰ EUROPEAN PARLIAMENT. 1996. *Resolution on the role of public service television in a multi-media society*. Texts Adopted by Parliament Final Edition : 19 setembro de 1996.

⁴¹ TONGE, C. 1996. *The Future of Public Service Television in a Multi-channel Digital Age*. Committee on Culture, Youth, Education and the Media. A4-0243/96.

⁴² Sobre a importância do Tratado cf. a posição do Departamento Jurídico da União Europeia de Radiodifusão: EBU. 1998. *The Public Service Broadcasting Remit: Today and Tomorrow* [online]. Acedido em [23 de dezembro de 2009]. Disponível em: http://www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_public_service_tcm6-4364.pdf.

devido às necessidades de garantia de um serviço plural e independente, de acesso universal, com respeito pelos valores culturais dos países, bem como das suas minorias. Além do novo artigo 16º, relativo aos SIEG, o tratado inclui um anexo específico, no qual se destaca o papel dos *media* públicos na satisfação das necessidades democráticas, sociais e culturais dos países, bem como na garantia de um pluralismo mediático⁴³. O tratado vem dar corpo à efetiva importância do SPRT.

É preciso ter em mente que a política da UE era pró-mercado. É essa constatação que enfatiza a importância do Tratado de Amesterdão, como iremos ver. Os *media* públicos, considerados pela Comunidade como SIEG, passam, então, a ter um lugar no seio do mercado concorrencial, junto com os *media* privados. Aos Estados-membros é dada a liberdade para o financiamento adequado desses operadores, na medida em que esse financiamento permita o cumprimento da missão de SP, sem colidir com as regras do mercado único europeu. A seu cargo está também a definição dos termos da missão de serviço público dos seus operadores, que poderá ser formulada de forma ampla⁴⁴.

O protocolo veio contrariar a pressão dos *media* privados que, segundo Coppens (2005), tinha, nesta época, duas linhas de ação: por um lado, queriam circunscrever o apoio do Estado a programas/conteúdos e não a operadores de SP; por outro, queriam limitar os conteúdos de SP a categorias marginais e não lucrativas. Efetivamente, apesar dessa pressão constante em sentido contrário, o SPRT foi vindo a sua existência defendida, de acordo com um ideal europeu que partilhava, matricialmente, vários princípios democráticos com este tipo de meio de comunicação. Ao longo deste período, um dos seus maiores defensores tem sido o Conselho da Europa que já numa resolução de 1999, contrariava, precisamente, a ação do *lobby* privado: os operadores não deviam circunscrever-se às lacunas do mercado e deviam privilegiar, quer a amplitude, quer a qualidade da programação, procurando dirigir-se à sociedade como um todo, e atingindo dessa forma uma audiência relevante⁴⁵. Essa será a chave do futuro do SPRT: até onde poderá ele ir no cumprimento da sua missão? Voltaremos a essa questão para melhor compreender onde residem as limitações ao posicionamento do SP.

Olhando em retrospectiva, constata-se que há duas fases bem distintas no trabalho das instâncias europeias. Segundo Smudits (1997), essa ação foi inicialmente preparatória para a liberalização e desregulação, através de tentativas de harmonização e promoção da produção europeias. O objetivo era criar um mercado europeu forte e sem fronteiras. Nesta primeira fase, incluem-se o Livro Verde

⁴³ Cf. Protocol on the system of public service broadcasting in the Member States. *Official Journal of the European Communities*, C 340/109, 10 novembro de 1997.

⁴⁴ Cf. Protocol on the system of public service broadcasting in the Member States. *Official Journal of the European Communities*, C 340/109, 10 novembro de 1997.

⁴⁵ Cf. Resolution of the Council and of the Representatives of the Governments of the Member States, Meeting within the Council concerning public service broadcasting. *Official Journal of the European Communities* C30/1, 05 de fevereiro de 1999.

sobre a Televisão sem Fronteiras, de 1984⁴⁶, a Diretiva de 1989⁴⁷, ou as conferências de Viena, de 1986 e de Estocolmo, em 1988⁴⁸. Daqui resultaram vários programas específicos de incentivo à promoção do audiovisual e ao desenvolvimento tecnológico, como o EURIMAGE, o MEDIA, ou o EUREKA (Smudits, 1997). Numa segunda fase, a Europa começa a preocupar-se com os efeitos da desregulação, nomeadamente decorrentes das tendências concentracionistas e comerciais. A sua ação vira-se para a necessidade de garantir um pluralismo mediático e também para a definição de um lugar para o SPRT. Desenvolveu, por isso, uma ação *anti-trust* e iniciou uma defesa da dimensão cultural dos *media*, em detrimento da comercialização. Esta segunda fase é, pois, de re-regulação (Smudits, 1997). É um reflexo do que Meier (2011) considera ser o falhanço da regulação dos *media*.

Ao nível da política europeia, é importante sublinhar as alterações ligadas à passagem da fase dominada pelo paradigma do SP para a fase de liberalização e desregulação que se lhe seguiu. A primeira, caracterizou-se por um desequilíbrio em favor das dimensões cultural e democrática na primeira metade dos anos 80. Essa relação foi invertida, em detrimento de valores industriais, a partir da segunda metade da década (Michalis, 2010). Já nos anos 90, as dimensões social e cultural são crescentemente encaradas como forma de equilibrar a prioridade económica da política europeia (Michalis, 2010).

Como já vimos, o contexto europeu da época estava em plena transformação, devido às novas possibilidades tecnológicas, à quebra de fronteiras e à instalação do mercado comum. O SPRT precisava de encontrar o seu lugar num sector liberalizado entre a pressão do mercado (Murdock, 2004) e a sua dimensão cultural. Era, por isso, necessária uma articulação de políticas a nível europeu, de forma a tornar compatíveis os sectores públicos de cada país e o mercado competitivo. E, claramente, esse não era um objetivo fácil de atingir.

Nesta altura, a CE tentou aplicar uma regulação horizontal, que abarcaria o mercado da comunicação. Isso aconteceu, sobretudo, em dois grandes momentos (Michalis, 2007: 216-219), embora nenhum dos dois tenha tido sucesso. O primeiro é o já referido Livro Verde sobre os SIG. O segundo é a proposta de Diretiva do Parlamento e do Conselho Europeu relativa aos serviços no mercado interno⁴⁹. A redação final desta proposta acabaria por excluir os sectores audiovisual e das telecomunicações, tendo em conta as suas naturezas específicas. Mas a ideia da aplicação de regulamentação transversal não seria abandonada. O objetivo era a definição de princípios gerais inter-sectoriais, o que desagradava, tanto aos *media* públicos como aos privados.

⁴⁶ Cf. *Television without Frontiers. Green Paper on the Establishment of the Common Market for Broadcasting, especially by Satellite and Cable. Introduction; Parts One, Two and Three*, COM (1984) 300 final.

⁴⁷ Cf. *Television Without Frontiers Directive (89/552/EEC)*.

⁴⁸ Cf. *European Ministerial Conferences on Mass Media Policy: Texts Adopted*. DH-MM (2006) 4.

⁴⁹ Cf. *Proposta de Diretiva do Parlamento e do Conselho Europeu relativa aos serviços no mercado interno*, COM (2004) 2, final.

Mais tarde, a revisão da diretiva Televisão sem Fronteiras, na segunda metade da década passada, voltou a gerar aceso debate em torno da possibilidade de aplicação transversal do documento aos audiovisuais, incluindo aos novos *media* (Michalis, 2007:220-226). Desde logo, existia uma dúvida relativamente à eficácia da simples distinção, para efeitos de regulação, entre meios lineares e não-lineares (Hieronymi, 2005). Essa distinção nunca foi suficientemente aceite. Por isso, o principal argumento usado foi a necessidade de regulação em função do conteúdo e não da plataforma em causa.

O âmbito da Diretiva, já na sua forma revista, veio apenas a incluir serviços de programas difundidos por empresas de comunicação social⁵⁰, excluindo a rádio ou sítios pessoais e de outras empresas. Esta Diretiva, que tenta compatibilizar o princípio do país de origem com os princípios do mercado competitivo, veio estabelecer princípios mínimos nos serviços não lineares, relativos à protecção de menores, discriminação étnica ou de género, ou prevenção do ódio, e ainda flexibilizar normas para publicidade, incentivar o pluralismo e a diversidade cultural. A diretiva tornou-se no principal documento legislativo para o sector audiovisual europeu⁵¹.

II.1.1 | RECONFIGURAÇÃO DO PAPEL DO ESTADO

Existem vários posicionamentos teóricos que enquadram uma maior ou menor intervenção estatal no sector dos *media*. Mas, a divisão clássica parte de dois pólos opostos: as escolas crítica e liberal. A escola crítica é partidária da intervenção estatal e da regulação, como forma de combater a concentração e potenciar o papel social dos *media*. A escola liberal defende o afastamento do estado e a capacidade de autoregulação do mercado. É caracterizada pela sobrevalorização da economia política, como elemento essencial para a compreensão dos *media*, o que se reflete na produção teórica de finais dos anos 70, nomeadamente com Garnham (1979), ou Schiller (1983). A escola moderada assume que nenhuma das duas anteriores é possível de implementar na SI, e que todos os intervenientes têm responsabilidades na gestão de um bem comum (La Porte, Medina e Sádaba, 2007). Claramente, esta terceira corrente, na qual se insere o trabalho de Picard (2002), tem um posicionamento mais relevante para o estudo do sector audiovisual europeu.

O último quartel do século XX assistiu a uma mudança no tipo de intervenção do estado no sector dos *media* na Europa. Vários movimentos contribuíram para isso. Efetivamente, os anos 80 são marcados por um grande volume de iniciativas regulamentadoras no continente europeu. No entanto, essa vaga

⁵⁰ Cf. *Diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho, 2007/65/CE*, 11 de dezembro de 2007 [online]. [Acedida em 10 de outubro de 2010]. Consultada em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=L:2007:332:0027:0045:PT:PDF>.

⁵¹ Esta diretiva regulava a radiodifusão televisiva, enquanto que a Diretiva Sobre o Comércio Electrónico (2000/31/CE, de 8 de junho de 2000) regulava outros serviços da sociedade da informação. Apesar da sua importância, não nos centraremos sobre a primeira, uma vez que ela exclui a rádio do seu âmbito.

abrandou, claramente, na primeira metade da década seguinte, devido às reservas dos estados-membros (Harcourt, 2008). A tónica foi recolocada na simplificação da legislação, ao invés de se continuar a avançar com novas leis. Perante essa limitação à nova legislação, adotou-se a chamada *soft governance*, como forma de continuar a estender a regulamentação a outras áreas (Harcourt, 2008). Nesse momento, dá-se uma mudança no entendimento que o Estado tinha da sua atuação dentro do sector dos *media*. Essa alteração deve ser entendida num contexto mais amplo, de acordo com as tendências de globalização, de liberalização e do avanço tecnológico⁵².

Outra mudança relevante consiste na convergência entre os *media* e as telecomunicações⁵³. À época, essa convergência levou ao questionamento do novo enquadramento dos meios de comunicação que, entretanto, passavam a inserir-se num ambiente multimédia e a ter uma nova organização (Raboy, 1997). É, precisamente, esse o momento em que se situa uma mudança de paradigma das políticas de comunicação na Europa (McQuail, 2007; Van Cuilenberg e McQuail, 2003). É o momento em que se termina com a separação técnica entre imprensa e audiovisual e com o forte controlo estatal.

Assim, são reconhecidas três fases que situam as políticas para os *media* e para as telecomunicações desde o seu aparecimento. A primeira fase, denominada de emergente, durou até ao final da Segunda Guerra Mundial, e era caracterizada por uma intervenção estatal forte e pela ausência de coerência na execução de ações avulsas. Depois, até às décadas de 80 e 90, vigorou o clássico paradigma do serviço público, como resultado de uma procura de estabilidade e desenvolvimento dos valores democráticos. A terceira fase, que ainda não tem maturidade suficiente para se estabelecer como modelo estruturado, tem, então, início com a liberalização dos mercados e reflete as tendências de convergência, as novas tecnologias e as alterações sociais. O seu estabelecimento marca o final da atitude mais paternalista dos *media* e o surgimento da possibilidade de escolha do mercado. Ao mesmo tempo, esta terceira fase é caracterizada pela preponderância da dimensão económica na procura do interesse público (Van Cuilenberg e McQuail, 2003). Três premissas irão caracterizar este novo modelo de política para os *media* no século XXI: "freedom of communication, access and control/accountability" (Van Cuilenberg e McQuail, 2003: 203).

O conceito de governança, centrado nas ideias de orientação, consenso e participação voluntária, ganha, assim, força nos últimos anos (McQuail, 2007: 17). "Governança" é uma expressão que tem vindo a ser cada vez mais usada no contexto europeu⁵⁴. Consiste numa mudança do centro de exercício do poder, que passa a abarcar mais intervenientes, ao invés de se circunscrever à simples estrutura

⁵² Essa mudança é analisado em profundidade num estudo encomendado pela CE. Cf. Hans-Bredow-Institute (2005).

⁵³ Sobre a convergência dos sectores, cf. EUROPEAN COMMISSION. 1997. *Green Paper on the Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation Towards an Information Society* [online]. [Acedido em 23 de junho de 2010]. Disponível em: http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/internet/l24165_en.htm.

⁵⁴ Existe um livro Branco sobre a governança europeia, no qual a CE define os princípios da boa governança [cf. *Governança Europeia: Um Livro Branco*, COM (2001) 428, final].

central de governo ou administração. Implica a superação de modelos de comando e controlo (Meier, 2011: 156). " O interesse desta noção reside num aparente ganho de transparência em relação à noção sancionada por séculos de governação" (Curado, 2005). O Conselho da Europa refere-se à governança como:

"It is participatory, consensus oriented, accountable, transparent, responsive, effective and efficient, equitable and inclusive and follows the rule of law. It assures that corruption is minimised, the views of minorities are taken into account and that the voices of the most vulnerable in society are heard in decision-making. It is also responsive to the present and future needs of society"⁵⁵.

Adicionalmente, o princípio da governança responde a uma necessidade de legitimação através da participação democrática de mais intervenientes (Meier, 2011). É esse o princípio de base que sustenta a partilha de responsabilidades com os operadores privados e a articulação com a sociedade civil, no sector dos *media* (Bardoel e d'Haenens, 2008b: 349).

Esta novo posicionamento resultou de uma perceção crescente de que existia uma multiplicidade de intervenientes relevantes na sociedade, para além dos governos, e que eram necessárias novas abordagens para responder a novos desafios (Meier, 2011). No sector dos *media*, a chamada *media governance* vai, assim, para além do governo (que, embora partilhando, não se exclui do processo) e do mercado, articulando intervenientes sociais, não-governamentais e abordagens de co-regulação e auto-relação.

O surgimento das novas abordagens de co-regulação e auto-regulação acabou por estar intimamente relacionado com uma retórica em torno da tecnologia. Se a digitalização extinguiu muitas das limitações até então existentes, a gestão do bem público já não era tão justificadora da intervenção estatal. E se a intervenção estatal não era tão relevante, então o mercado ascendia a uma nova dimensão. Era urgente responder a situações cada vez mais complexas para as quais o Estado não estava preparado para responder sem a ajuda de outros (Meier, 2011). Assim, surgiam as novas formas de intervenção estatal⁵⁶ e se percebia que existia uma falência de modelos tradicionais de

⁵⁵ Cf. COUNCIL OF EUROPE. 2009. Public service media governance: looking to the future. Discussion paper prepared by the Media and Information Society Division of the Directorate General of Human Rights and Legal Affairs. In Council of Europe. *1st Council of Europe Conference of Ministers Responsible for Media and New Communication Services, 28-29 May, Reykjavik, Iceland*. Strasbourg: Council of Europe. p. 15.

⁵⁶ Uma sistematização concetual das expressões "regulação", "co-regulação" e "auto-regulação" pode ser encontrada em Latzer *et al.* (2003). Com efeito, regulação refere-se à limitação pelo Estado das regras de funcionamento do mercado, por forma a obter resultados sociais e económicos. Auto-regulação refere-se ao exercício da atividade normativa pelas próprias empresas (com pouca ou nenhuma intervenção estatal). A Co-regulação mistura as duas anteriores: regulação pelo mercado, com supervisão ou

regulamentação, que, entre outros motivos, se mostraram incapazes de tomar em conta os interesses dos operadores, ou de estimular a criatividade, neste novo contexto (Hans-Bredow-Institute, 2005).

O desenvolvimento de políticas alternativas de co-regulamentação e auto-regulamentação, como forma de responder à crise de controlo estatal, assinala o que Latzen *et al.* (2003) apelidam de *transformation of statehood*. Trata-se de uma mudança na ação do Estado, que não se circunscreve ao sector das telecomunicações, e que é visível em várias linhas de ação. Aí se incluem a passagem do proteccionismo ao incentivo à concorrência, a separação entre a política e as atividades operacionais, a evolução da regulação vertical para a horizontal, a aplicação de legislação geral, em detrimento de legislação específica, a abertura dos parâmetros de regulação, a passagem da regulamentação nacional para supra-nacional, e a introdução da auto e da co-regulamentação, substituindo a regulamentação (Latzen *et al.*, 2003: 128-129).

Com efeito, o Livro Branco da Governança Europeia⁵⁷ defende a coregulamentação, sempre que as características da ação a tornarem na opção mais eficaz para cumprir os objetivos da UE⁵⁸. A introdução destas formas alternativas de regulamentação é considerada benéfica a vários níveis: proporciona flexibilidade perante a mudança em curso, afasta os *media* dos políticos, e responde à difícil operacionalização normativa de conceitos como o pluralismo (Bardoel e d'Haenens, 2008b: 349). Mas, recentemente – e reconhecendo-se que o mercado não pode regular em vez do Estado – pode falar-se de uma alguma inversão, no sentido de uma re-regulação, que é mais apertada em algumas plataformas (Bardoel e d'Haenens, 2008b). Com a chegada da televisão digital, por exemplo, o papel regulador do Estado reveste-se de outra importância. A regulação deve garantir que um fornecedor possa impedir o direito de acesso aos serviços digitais públicos. Nesses casos, como explica Callanan, "European Commission competition rules may be directed towards dominant market *players* that do not allow fair and reasonable multiplex access" (2004:36).

Na prática, a análise da Europa após a viragem do milénio revela que, apesar de traços comuns, as várias heranças históricas resultaram numa diversidade nos modelos regulatórios nacionais (Nissen, 2006; Machet *et al.*, 2002). No entanto, em muitos países, segundo Nissen, a tendência foi para um certo estrangulamento em relação aos *media* públicos, no sentido em que estes passaram a ser alvo de uma regulação mais apertada. Essa constatação radica em duas tendências. Por um lado, o desenvolvimento e a implementação de mecanismos de responsabilização e avaliação, e a evolução para uma gestão mais preocupada com a produtividade e com os resultados. Por outro, a tentação do poder político que, cada vez mais a braços com um sector que ideologicamente não manipula, tenta controlar o que pode (Nissen, 2006).

intervenção estatal (Lazter *et al.* 2003: 134-137). Uma análise mais aprofundada dos dois últimos conceitos pode ser encontrada no relatório conjunto Hans-Bredow-Institut / EMR (2005).

⁵⁷ Cf. *Governança Europeia: Um Livro Branco*, COM (2001) 428, final.

⁵⁸ Existe um modelo de avaliação das formas de regulamentação (Regulatory Impact Assessments – [RIA]) que é usado para aferir a melhor forma de implementação.

É neste contexto que, numa análise retrospectiva à ação reguladora, Meier (2011: 155) considera que a política de regulação dos *media* falhou já há alguns anos. A tendência de concentração promovida pelo Estado através da desregulação, levou ao fortalecimento dos grandes *players* do mercado face ao governo, o que lhes permitiu, posteriormente, rechaçar qualquer tentativa de limitar o seu crescimento.

II.2 | O FINANCIAMENTO

O financiamento é uma questão central no futuro dos *media* de SP. Primeiramente, porque o financiamento condiciona os conteúdos e o cumprimento do SP (EBU, 2000). Com algumas exceções, como as que são notadas neste trabalho, a máxima popular de que quem paga manda, tem sido historicamente aplicada ao SP. Os operadores vêm-se, frequentemente, curvados perante os ditames do mercado publicitário ou do governo, consoante a fonte principal do seu financiamento.

De todo o modo, tradicionalmente, o sustento do SP é questionado. Não só as taxas são (como quase sempre o foram) questionadas, como o auxílio estatal é tendencialmente considerado injustificado ou excessivo, quando se trata de um financiamento misto. É complexo encontrar um equilíbrio entre o que os cidadãos consideram justo, o que o mercado considera leal e o que o estado e o operador consideram que deve ser incluído na missão do SP, sem que o segundo se torne dependente em relação ao primeiro.

A situação remonta ao triunfo do neoliberalismo. Na linha do que já descrevemos, nessa altura, o ataque generalizado a tudo o que não funcionava de acordo com a regulação do mercado estendeu-se ao SPRT. A argumentação neoliberal valia-se de um determinismo tecnológico que empolgava a sociedade e alheava-se da importância da criação de externalidades pelo SP (a universalidade de um serviço financiado por dinheiros públicos não seria compatível com a clara minoria de pessoas que o usavam). Assim, se o SP não produzia conteúdos que as pessoas vissem, não tinha justificação, uma vez que o mercado permitia muitas outras opções⁵⁹. A visão mais paternalista do SP Reithiano era apresentada como anacrónica. Era uma mudança natural no seio da passagem do *Welfare State* para o neoliberalismo (Rose e Miller, 1992) e de uma tendência para a individualização (Baudrillard, 1995; Lipovetsky, 1989). As pessoas viam ser introduzida nas suas vidas uma sensação de poder. Até aí, o *Welfare State* limitava-se a responder a necessidades sociais. E a possibilidade da escolha sucedia à

⁵⁹ Note-se, porém, que não havia provas de que o fim ou a redução do financiamento público dos *media* teria os efeitos desejados pelo sector privado. Aliás, um estudo da McKinsey (2004) revela que mesmo que isso acontecesse, muito provavelmente, não haveria variações, quer na quantidade de produção própria, quer na produção e consumo de géneros considerados de serviço público, quer no financiamento comercial dos privados.

passividade que caracterizava a atitude das audiências até então (Søndergaard, 1996). A crítica ao privilégio económico do SP erguia-se sobre toda esta construção.

Com a viragem do milénio, a discussão em torno do financiamento dos *media* públicos não tem caminhado para um apaziguamento, quer no âmbito interno de cada país, quer no contexto da União Europeia, ou ainda num contexto global, sob o olhar da World Trade Organization. A primeira década do novo século trouxe consigo a violência de uma crise mundial generalizada (United Nations, 2009), devido à qual muitos estados europeus se viram obrigados reduzir profundamente as suas despesas. E, atualmente, pode mesmo falar-se de incerteza na forma como os *media* de serviço público continuarão a obter as suas receitas públicas:

“because governments have instituted and the public has supported significant reduction of the public role in telecommunications, post systems, postal banks, airlines and rail systems. In many nations the public is acquiescing to reduced state roles in pensions, health care, and other social welfare systems” (Picard, 2006: 187).

O corte nas despesas públicas tornou-se, para além de uma inevitabilidade, um bom argumento político. Assim, os operadores de SP têm tentado responder à diminuição das suas receitas e às novas características do sector e da sociedade, reorganizando-se e reduzindo custos, desenvolvendo braços comerciais que tentam maximizar essa atividade, paralelamente à de SP, ou apostando num meio economicamente interessante, que é a internet (Banerjee e Seneviratne, 2005: 113-114). Porém, esta expansão, que será analisada mais à frente, não é consensual.

II.2.1 | TIPOLOGIA DO FINANCIAMENTO

Ao nível europeu, a Resolução de Praga, de 1994⁶⁰, contém a primeira referência à necessidade de um financiamento estável e suficiente do SP. Dois anos depois, a Recomendação sobre a Independência do SP⁶¹, sublinha a necessidade de garantir a autonomia dos operadores, independentemente do seu

⁶⁰ Cf. *4th European Ministerial Conference on Mass Media Policy: The media in a democratic society* [online]. [Acedido em 05 de dezembro de 2009]. Disponível em: http://www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_ref_coe_mcm_resolution_psb_07_081294_tcm6-4274.pdf.

⁶¹ Cf. *Recommendation No. R (96) 10 Of the Committee of Ministers to Member States on The Guarantee of the Independence of Public Service Broadcasting* (Adopted by the Committee of Ministers on 11 September 1996, at the 573rd meeting of the Ministers' Deputies)

financiamento. Esses são, como veremos, conceitos centrais dentro do que se instituiu serem as boas práticas de financiamento: estabilidade, adequação e autonomia.

Na prática, as formas de financiar os serviços públicos de rádio e televisão variam muito de país para país, e mesmo entre regiões europeias (EBU, 2004; European Audiovisual Observatory, 2007; EBU, 2000). A taxa é a fonte mais comum de financiamento, apesar de não existir em muitos países, como em Espanha, ou em Portugal até à junção das empresas de SP. Atualmente, já não seria possível apresentar a taxa como sendo o pagamento de uma permissão dada pelo Estado para a receção das emissões (EBU, 2000). Trata-se, em regra, de uma contribuição universal, involuntária, e que não depende da efetiva receção (EBU, 2000). Os grandes debates em torno da taxa relacionam-se, atualmente, com a possibilidade de receção de emissões em aparelhos móveis ou em computadores pessoais (EBU, 2000). As taxas de concessão pagas pelos operadores privados são valores pagos pela utilização de um bem público que, em muitos casos, servem para o financiamento de entidades reguladoras. Esta taxação tem a vantagem de beneficiar das subidas do mercado, mas de não influenciar diretamente a publicidade. Tem, entre outros, o inconveniente de fazer o operador público depender do desempenho dos congéneres privados (EBU, 2000). O financiamento público consiste em quantias oriundas do Estado (independentemente da sua classificação como apoios, fundos especiais ou indemnizações); são necessárias quando não existe (pelo menos, de forma suficiente) uma taxa ou outra fonte. Embora essa forma permita responder com enorme elasticidade às variações das necessidades existentes, cria-se uma enorme dependência do Estado, no caso de as condições não serem suficientemente claras. Frequentemente, os auxílios do Estado são contestados pelos privados e analisados pela CE (EBU, 2000). A publicidade é considerada pela UER uma forma complementar interessante, uma vez que potencia a independência perante o poder político e a competitividade dos operadores públicos. Muitas rádios públicas e algumas televisões não têm publicidade. É uma fonte com potencial de crescimento, no entanto é instável e, como depende do *share*, pode levar a distorções indesejadas da programação (EBU, 2000). Os patrocínios são muito semelhantes ao apoio publicitário, embora com um enquadramento diferente e com menores receitas (EBU, 2000). A subscrição de serviços pagos deve configurar-se como uma oferta complementar de serviços, tendencialmente, temáticos. É uma fonte particularmente ajustada aos desenvolvimentos do mercado. Incentiva a produção de conteúdos *premium*, mas vem minar a imagem de um SP para todos, assim como a lógica do pagamento da taxa (EBU, 2000). Há, ainda, outras fontes, que incluem comércio electrónico, aplicações *online*, merchandising, ou serviços prestados. Apesar de contribuírem para uma maior dinâmica do operador, podem ser conflitantes, ao nível do enquadramento legislativo (EBU, 2000). Por último, deve ser referida a contribuição voluntária, que é comum nos EUA.

O tipo ou a conjugação de fontes de financiamento condiciona o grau de dependência em relação à figura estatal (Banerjee e Seneviratne, 2005; McQuail e Siune; 1986; Picard, 2006) e, naturalmente, o desempenho do operador (EBU, 2000; Picard, 2001;). Cada tipo de financiamento tem vantagens e desvantagens. No entanto, a sua influência no desempenho dos operadores dentro do mercado não está muito investigada. Um estudo de Picard (2001) sobre o comportamento das televisões públicas

conclui que existe alguma relação entre um melhor desempenho no mercado e um menor financiamento estatal. Porém, um bom resultado no mercado pode ter um significado indesejado. Isto acontece porque, quanto maior for a percentagem de receitas publicitárias no total do financiamento do SP, menos distintivo este se torna (Price e Raboy, 2003). Não quer isto dizer que a publicidade seja nociva. Pelo contrário, deve evitar-se o que o World Radio and Television Council apelida de “advertising phobia” (2001: 15). É que, embora a dependência publicitária dos operadores públicos seja, frequentemente, criticada, a ausência de anúncios pode ser associada a conteúdos elitistas por grupos mais jovens, levando a algum afastamento. A justa medida será sempre difícil. Existe uma considerável diversidade nas formas de financiamento, como podemos ver no quadro seguinte.

País	Taxa anual (€)	financiamento	incidência da taxa
Alemanha	215.76	taxa, publicidade, patrocínio, donativo, aluguer de imóveis ou investimento	taxa básica + taxa sem posse de aparelho recetor de tv
Áustria	264.00	taxa, publicidade	taxas combinadas, entre as quais, receção de emissões rádio e TV
Eslováquia	57.24	taxa, subsídio estatal, publicidade e subsídio	pessoas com fornecimento elétrico
Espanha		financiamento estatal, impostos aos operadores e operadores de telecomunicações	
Finlândia	231.05	taxa	posse de televisor ou pc com possibilidade de receção
França	121.00	taxa e imposto sobre publicidade em canais comerciais e operadores de telecomunicações (após 2011)	posse de televisor
Holanda		subsídio estatal, publicidade, fundos gerados pela organização, patrocínio e atividades suplementares	
Portugal	20,88	taxa, apoio estatal, publicidade	habitação com fornecimento eléctrico
Reino Unido (BBC)	167,3	taxa, atividades comerciais	consumidores de televisão em qualquer suporte

QUADRO 1 | DIVERSIDADES NO FINANCIAMENTO EM PAÍSES EUROPEUS. FONTES: EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2010); WEBSITE DO GABINETE PARA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (2010).

Na prática, como vemos, existem países como a Finlândia, dependentes do financiamento público e países como a Espanha, onde a publicidade é essencial e superior ao financiamento do Estado. Também ao nível da quantia e da incidência da taxa, existem diferenças entre os países.

a | Potencialidades e limitações dos vários tipos de financiamento

A larga maioria dos operadores não tem um modelo simples de financiamento. Normalmente, são misturadas várias das modalidades já citadas. O modelo misto é o mais comum (EBU, 2000). Essa opção permite ultrapassar défices económicos, ou de autonomia gerados pela dependência de uma só fonte de receitas, adapta-se a momentos de transição e torna os operadores atentos ao mercado (EBU, 2000).

O financiamento de origem pública deve, idealmente, ser garantido a médio prazo, de forma a não criar procedimentos dependentes da ação política; deve permitir ao operador a execução da sua missão ao longo dos anos, acompanhando as variações da inflação; deve permitir e sustentar uma evolução e uma adaptação à forma como o serviço público é prestado; e deve poder ser escrutinado e transparente (Price e Raboy, 2003; WRTC, 2000). Reiteramos que, de forma geral, o financiamento público não é a forma mais popular de manter um operador de SP. Tradicionalmente, existe a perceção de que o dinheiro podia ser aplicado noutros serviços de interesse geral e, muitas vezes, o investimento dos governos no sector dos *media* não é, socialmente, bem visto (Price e Monroe, 2003). O exemplo português ilustra esta afirmação com toda a propriedade.

Dentro das opções de financiamento público, os subsídios estatais nem sempre são previsíveis, pelo que as taxas são tidas como a melhor garantia de independência face aos governos (Nissen, 2006). Elas são estáveis e previsíveis (EBU, 2000). As taxas levam a uma responsabilização mútua, ao atribuir o financiamento dos *media* diretamente à população (EBU, 2000; Massey, 1997; Price e Raboy, 2003). Além disso, a sua universalidade no financiamento dos custos das operações, esbate as diferenças entre os custos médios e mínimos (Helm, 2005). Têm a virtude de resolver o chamado problema do *free rider*, ou seja, de quem usa o bem público sem o pagar (Brunner, 1998). Porém, existem, desvantagens que resultam da sua aplicação. Não é uma fonte que possa crescer significativamente, a sua atualização é sempre uma medida impopular e a periodicidade desse ajuste pode criar uma efetiva dependência do poder político (EBU, 2000).

A taxa é, ultimamente, considerada desajustada das tendências do ambiente digitalizado. Por um lado, a subscrição e a escolha têm-se constituído como padrões do modelo de consumo, em detrimento da receção colectiva de um fluxo (Picard, 2005). Os cidadãos, que começam a assumir-se, cada vez mais, como consumidores, podem, dentro desta lógica, encontrar cada vez menos sentido no pagamento universal de um serviço (Nissen, 2006). As pessoas estão a habituar-se a escolher os canais que mais servem os seus interesses e a pagá-los através de subscrição, o que resulta da introdução da televisão por cabo, fibra, ou satélite nas suas esferas de consumo (Picard, 2005). Os consumidores começam a

questionar o motivo pelo qual não pagam o que não consomem, uma vez que pagam aquilo que veem (Picard, 2005).

Efetivamente, a fundamentação ideológica do pagamento da taxa, que radica na essência da difusão como um *merit good*, vai ser abalada, assim que a digitalização terminar com a não-exclusividade do meio (Ward, 2006). Esta tendência pode, a prazo, conduzir a alterações ao sistema. E os principais prejudicados serão os operadores públicos que, ao invés de desenvolverem uma relação com os seus verdadeiros financiadores, encararem o seu sustento através da taxa como um dado adquirido (Picard, 2005). Nesse sentido, Picard defende uma política orientada para a relação com o cliente. Essa relação deve apoiar-se em sentimentos de lealdade e escolha, e deve resultar numa completa perceção, da parte dos consumidores, dos motivos pelos quais pagam a taxa e quais os benefícios sociais resultantes (2005). Armstrong vê a taxa de outra perspectiva: defende que ela encerra em si um perigo direto de distorção do mercado e ineficiência, para além de ser socialmente injusta e anacrónica (Armstrong, 2005).

Mas os desafios que se deparam ao modelo da taxa não resultam apenas da indisponibilidade do consumidor para pagar o que não vê. Há um outro problema que resulta do objeto de incidência da taxa (ver quadro 1). Isto acontece porque a taxação pode ser feita em função da posse de um aparelho televisor, ou de um aparelho que permita receber televisão ou rádio, o que pode incluir os computadores pessoais. Essa discussão, embora em alguns casos ainda sem a implementação de medidas, está presente em países como a Finlândia, a Áustria ou a Alemanha (Bron, 2010). Na Suíça, o tribunal decidiu que casas com ADSL ou um simples rádio despertador (mesmo que usado apenas para ver as horas) deveriam pagar a taxa (Aubry, 2010).

As eventuais outras formas de receita, para além das de natureza pública, dependem dos respectivos enquadramentos em vigor em cada país. Desde que o SPRT deixou de ser uma atividade exercida em monopólio, a realização de atividades comerciais por esses operadores passou a ser problemática. E com a integração europeia tornou-se absolutamente imperativo que os auxílios estatais fossem regulados e devidamente avaliados, para impedir injustos benefícios no mercado. A posição de Nissen é particularmente prudente: o problema não é o desenvolvimento pelos operadores públicos de atividades comerciais, porque isso sempre existiu. O problema é a difícil separação entre atividades, sobretudo, quando as fronteiras, em certos produtos podem ser tão ténues (2006).

Em regra, os países têm privilegiado, para já, o questionamento. Mas as discussões têm, por vezes, levado à implementação de alterações ao sistema de financiamento. Em cima da mesa está, cada vez mais, a possibilidade do afastamento do modelo baseado na taxa de radiodifusão (Born, 2010). Outras opções como subsídios estatais, atividades comerciais, ou patrocínios são cada vez mais defendidas. A própria UNESCO considera que, neste contexto, a adoção de outros modelos e práticas pode crescer, como: a redistribuição de receitas obtidas pelo sector audiovisual; a implementação de fundos de desenvolvimento de conteúdos, que subsidiem produções de qualidade e custo mais elevados; a

produção orientada para a exportação de conteúdos; e a exploração de infraestruturas de distribuição (Banerjee e Seneviratne, 2005).

II.2.2 | QUANTO CUSTA O SPRT?

Embora de uma legitimidade evidente, a pergunta não tem resposta, dada a dimensão intangível dos resultados do SP (Coppens, 2005). Porém, esse é o cerne da luta do mercado. Ao nível europeu, as queixas do sector privado contra os operadores públicos remontam já aos anos 70. No entanto, é sobretudo a partir da década de 90⁶² que se intensificam as queixas de empresas privadas à Comissão Europeia, relativas a infrações ao Art.º 87 do Tratado da Comunidade Europeia⁶³, cometidas sob a forma de auxílio estatal aos operadores públicos de televisão. Em causa estavam alegações de sobrefinanciamento, falta de transparência ou distorção das regras de mercado por parte dos *media* de SP. As queixas dos privados tinham aberto um preocupante debate na UE: qual a relação entre o custo e o valor do SPRT e como financiá-lo justamente sem interferir negativamente no mercado?

Mais do que um debate aceso, a UE tinha em mãos uma luta que, entretanto, se complexificou com o alargamento das fronteiras da atividade dos operadores públicos. Atualmente, vive-se uma fase de transição, pelo que não é seguro prever qualquer desfecho.

a | O auxílio estatal aos media públicos

A definição da organização, da missão e do financiamento⁶⁴ dos *media* públicos cabe aos respectivos países, de acordo com o Protocolo de Amesterdão. O seu financiamento estatal é permitido, no entanto, a UE pode atuar sobre esse financiamento, no âmbito da regulação do mercado competitivo, para que não haja distorção injustificada das condições de concorrência. A ação da Direção Geral da Concorrência (DGC) visa, precisamente, a garantia de equidade nos mercados, com vista à manutenção de um sistema misto.

⁶² Os primeiros dois casos foram encerrados ainda em 1999. O primeiro referia-se aos canais temáticos alemães Kinderkanal e Phoenix, e o segundo ao canal inglês BBC 24.

⁶³ Relativo à impossibilidade (e relativas exceções) de qualquer ajuda estatal poder beneficiar uma parte, distorcendo o espírito do mercado único.

⁶⁴ Até à viragem do milénio, o financiamento estatal dos media públicos na Europa estava dependente de vários elementos (cf. Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting, 2001/C 320/04. *Official Journal of the European Communities*, 15 de novembro de 2001, alíneas 15 a 31). Entre outros, aplicavam-se: os artigos 86.º (2), 87.º e 88.º do Tratado, relativos às regras da concorrência no mercado e à ajuda dos Estados; o artigo 16.º do Tratado de Amesterdão e os anteriores artigos 87.º(3)(d) e 151 do Tratado de Maastricht, relativos à cultura; a Diretiva 80/723/EEC, de 1980, e a Diretiva 89/552/EEC, de 1989, bem como a Comunicação da Comissão sobre os SIG (*Communication from the Commission Services of General Interest in Europe*, COM (2000) 580, final).

Na viragem do milénio, o que se percebeu, no rescaldo das decisões relativas ao Kinderkanal, ou ao BBC News 24, foi que, conceitualmente, qualquer financiamento público era, à partida, um auxílio estatal (Wagner, 1999:5). A condicionante, à partida, de todo o processo, resulta do enquadramento do financiamento dos SPRT fora do Artigo 87.^o do Tratado. E, como explica Wagner (1999), a exiguidade dessa interpretação foi determinante. Se o SP não podia ser financiado pelos estados ao abrigo da promoção à cultura (alínea 3.^a do Artigo 87.^o), teria de o ser enquanto SIEG⁶⁵ (Artigo 86.^o). Dessa forma, o auxílio estatal era justificado, desde que o financiamento fosse necessário ao cumprimento de uma tarefa de interesse público. Os operadores poderiam, assim, beneficiar de uma derrogação à proibição de auxílio por parte do Estado, incluída no Artigo 86.^o⁶⁶. Naturalmente, enquanto princípio de ação, o foco no Artigo 86.^o não está tão de acordo com o Protocolo de Amesterdão, quanto estariam decisões centradas no Artigo 87.^o (Wagner, 1999).

Para que não houvesse margem para decisões casuísticas, as condições de i(legalidade) do auxílio estatal aos *media* públicos foram esclarecidas na Comunicação da Comissão Europeia (2001/C 320/04). Esta comunicação vinha esclarecer as regras do processo. Por um lado, incluía uma mais restritiva noção de cultura mas, por outro, uma mais ampla interpretação do que era o auxílio estatal⁶⁷. A comunicação, na sequência do Protocolo de Amesterdão, reconhecia o impacto económico do SP, embora admitisse que a sua essência ia além do mercado. Eram, então, estabelecidas uma série de normas para que o auxílio estatal fosse justificado. Os operadores de serviço público tinham de ter as suas atividades definidas com a maior clareza, respeitando os objetivos definidos pelas orientações europeias, restando à Comissão a mera verificação da existência de manifestos erros nas atividades incluídas na missão de serviço público⁶⁸. Os operadores tinham de executar a sua missão de serviço público com base num ato oficial (legislação ou contrato) e devia existir uma entidade que supervisionasse a sua atividade⁶⁹, uma vez que não cabe à CE a avaliação do cumprimento dos objetivos⁷⁰. O financiamento (quer seja exclusivamente estatal, quer seja dual) tinha de ser decidido pelo Estado-membro, e não devia exceder o custo do serviço⁷¹. O apoio dado pelo Estado tinha de

⁶⁵ Cf. Análise do Departamento Jurídico da União Europeia de Radiodifusão [EBU. 2002. *Comments on the Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C320/04)*, 8 de maio de 2002]

⁶⁶ Cf. Versão Compilada do Tratado que Institui a Comunidade Europeia. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias*, C325/33, 24 de dezembro de 2002.

⁶⁷ Cf. Análise do Departamento Jurídico da União Europeia de Radiodifusão [EBU. 2002. *Comments on the Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C320/04)*, 8 de maio de 2002]

⁶⁸ Cf. Artigos 33 e 36.

⁶⁹ Cf. Artigos 40 a 43.

⁷⁰ Quer tal seja da responsabilidade de uma entidade externa, quer seja de uma entidade interna, é imperativo que exista independência legal em relação ao Estado e ao operador; cf. análise do Departamento Jurídico da União Europeia de Radiodifusão [EBU. 2002. *Comments on the Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C320/04)*, 8 de maio de 2002].

⁷¹ Trata-se da resposta à vontade dos países em manter os financiamentos duais, uma vez que a posição inicial da CE era a favor de modelos diferentes do misto; cf. EBU. 2002. *Comments on the Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C320/04)*, 8 de maio de 2002.

respeitar um princípio de proporcionalidade⁷², isto é, não podia distorcer as condições de concorrência.

Naturalmente, a avaliação dessa condição de proporcionalidade pressupõe transparência⁷³ na divisão entre serviços comerciais e não comerciais, bem como uma clara separação contabilística. Da mesma forma, importa que exista clareza na definição da missão de serviço público⁷⁴. Ou seja, o auxílio estatal era permitido, desde que o seu fim fosse a prestação de um serviço de interesse geral e não existisse colisão com os princípios do mercado concorrencial⁷⁵.

Ao invés de restringir o âmbito do serviço público, a CE dava, assim, a cada país, a liberdade para definir essa missão de forma ampla. Nessa missão poderiam ser incluídos outros serviços para além dos de difusão, bem como programas que já fossem oferecidos pelo mercado. Funcionava o princípio da subsidiariedade⁷⁶, que assiste aos Estados-membros na possibilidade de definição dos conteúdos do serviço público. O papel da CE estava, pois, limitado à verificação de erros, o que poderia resultar, por exemplo, da inclusão injustificada de atividades na missão de SP. Note-se que isso não queria dizer que os operadores de SPRT não pudessem desenvolver atividades como comércio electrónico⁷⁷. Queria apenas dizer que não o podiam incluir nas atividades de SP. A ação da CE podia, ainda, incluir a avaliação das consequências de uma eventual distorção de mercado e a sua justificação, ou não, dentro do cumprimento da missão do operador. Porém, tal avaliação, apesar de todos os normativos, seria sempre casuística⁷⁸.

Efetivamente, estes tornaram-se conceitos centrais na política europeia para os *media* públicos: transparência e eficiência no financiamento, clareza na definição da missão, atribuição e monitorização e enquadramento no mercado concorrencial.

Antes, porém, de existir uma efetiva intervenção da CE para avaliar a legitimidade de um financiamento estatal, é preciso aferir se, efetivamente, tal é necessário. Pode, a montante, concluir-se que não há, sequer espaço para uma intervenção comunitária. Essa prerrogativa resulta do Acordo

⁷² É um teste de natureza negativa aplicado à ajuda do Estado, uma vez que examina se a medida não é desproporcional (cf. artigo 47º). Já não é feita qualquer avaliação da proporcionalidade da definição da missão; cf. EBU. 2002. *Comments on the Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C320/04)*, 8 de maio de 2002.

⁷³ De acordo com a Diretiva da Transparência: *Commission Directive 2000/52/EC of July 26 2000 amending Directive 80/723/EEC on the transparency of financial relations between Member States and public undertakings*.

⁷⁴ Cf. Artigos 44 a 56.

⁷⁵ Cf. Artigos 73.º, 86.º, 87.º e 88.º do Tratado da UE.

⁷⁶ Princípio segundo o qual cabe preferencialmente ao Estado-membro intervir sobre uma área específica, quando há competências conjuntas. A UE intervém apenas se for da sua exclusiva competência ou se o Estado-membro for incapaz ou claramente beneficiar da intervenção europeia.

⁷⁷ Cf. Artigo 36.

⁷⁸ Cf. Artigos 59º e 60º; EBU. 2002. *Comments on the Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C320/04)*, 8 de maio de 2002.

Altmark, de 2003⁷⁹. O acórdão estabelece condições, segundo as quais, o auxílio do Estado pode não ser considerado como tal; ou seja, pode não estar a conferir uma vantagem desleal. Estas condições, são válidas apenas quando cumpridas cumulativamente e, para que tal aconteça:

- as obrigações de serviço público do operador devem estar claramente definidas;
- os critérios do cálculo da compensação estatal devem ser definidos previamente, de forma concreta e transparente;
- a compensação não pode ser desproporcional, resultando num lucro excessivo;
- a escolha do operador deve ser feita por concurso, privilegiando o custo mais baixo, ou então a estimativa do apoio deve ter como medida uma empresa média com reconhecida boa gestão.

Se estas condições forem todas cumpridas, efetivamente, não há lugar à intervenção da CE. No fundo, o acórdão Altmark, veio afrontar os operadores de SP que, não só viram praticamente implementado um mecanismo regulador, como passaram a ter de defender a justeza das suas receitas perante um posicionamento mais agressivo da DGC (Wheeler, 2010).

O Tratado de Amesterdão, a Comunicação de 2001 e o Acórdão Altmark tornaram-se as bases para análise dos casos de auxílio estatal por parte dos estados-membros. No entanto, são desencadeados procedimentos diferentes, consoante se trate de um novo auxílio ou de uma situação já existente⁸⁰. Em qualquer dos casos, a CE avalia a situação, com processos de investigação ou de colaboração.

“The distinction is important because the existing aid procedure aims ultimately at amending the financing system for the future, whereas the new procedure investigates possible overcompensation in the past and may lead to an order to recover incompatible aid”⁸¹.

Assim, atualmente, a investigação de uma eventual queixa sobre auxílio estatal, tem uma ordem processual definida. Em primeiro lugar afere-se se se trata ou não de um auxílio estatal (e se é necessária ou não a investigação da CE), de acordo com o Acórdão Altmark. Seguidamente, é confirmado se se aplica alguma exceção prevista no Tratado, nomeadamente a que decorre de se tratar

⁷⁹ Cf. Decisão da Comissão de 28 de novembro de 2005 relativa à aplicação do n.º 2 do artigo 86.º do Tratado da CE aos auxílios estatais. *Jornal Oficial da União Europeia*, L312/67, 29 de novembro de 2005.

⁸⁰ Cf. Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C 320/04). *Official Journal of the European Communities*, 15 de novembro de 2001, artigos 20.º a 24.º.

⁸¹ Cf. EUROPEAN COMMISSION. 2005. *Public service broadcasting and state aid – frequently asked questions IP/05/73* [online]. [Acedido em 23 de dezembro de 2010]. Disponível em: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/05/73&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en>

de um SIEG (o que é definido apenas pelo respectivo Estado). E, por último, avalia-se se o auxílio se justifica, de acordo com as formas de financiamento permitidas pela comunicação de 2001.

Entretanto, em 2000, é definida a Agenda de Lisboa, enfatizando a criação de uma sociedade europeia mais competitiva e desenvolvida, com base nos conceitos de sociedade da informação e do conhecimento. O papel dos operadores de SPRT, nesse desígnio, é reconhecido pelas instâncias europeias, sobretudo através da vulgarização de serviços digitais e do combate à exclusão digital. Mais recentemente, com o alargamento da UE, em 2004, tornou-se imperativo repensar os auxílios estatais no seio da Europa dos 25 e dar um novo impulso à Estratégia de Lisboa. Nesse sentido, a política de auxílios estatais passou a ter preocupações reforçadas:

"menos auxílios estatais e mais orientados; uma abordagem económica mais aprofundada; procedimentos mais eficazes, melhor aplicação e maior previsibilidade e transparência; partilha de responsabilidades entre a Comissão e os Estados-Membros: a Comissão não poderá aperfeiçoar as regras e as práticas no domínio dos auxílios estatais sem o apoio efectivo dos Estados-Membros e se estes não se empenharem totalmente no respeito das obrigações que lhes incumbem de notificar todos os auxílios previstos e de aplicar correctamente as regras"⁸²

Os princípios do novo impulso à Agenda de Lisboa vieram tentar modernizar e melhorar as formas de auxílio estatal ao nível administrativo e processual, diminuindo a burocracia, e também as formas de avaliação dentro dos diversos países. Nesse sentido, importava alargar e adaptar aos 25 membros as regras processuais que permitissem aumentar a eficácia e melhorar a transparência⁸³. Como veremos, num contexto de tendência neoliberal, como o que é característico da liderança de José Manuel Durão Barroso⁸⁴, a pressão sobre os SIEG pode sentir-se de forma muito premente. A tendência da DGC tem sido o endurecimento da sua posição (Nissen, 2006). Por isso, como explica Coppens, o SP não está seguro:

"Public broadcasters' allies are largely found in the Member States (i.e., owners) and in the European Parliament (i.e. representatives of the European audience).

⁸² Cf. *Plano de Ação no Domínio dos Auxílios Estatais. Menos auxílios estatais e mais orientados: um roteiro para a reforma dos auxílios estatais 2005-2009*, COM (2005) 107, final, pp 6.

⁸³ Cf. *Plano de Ação no Domínio dos Auxílios Estatais. Menos auxílios estatais e mais orientados: um roteiro para a reforma dos auxílios estatais 2005-2009*, COM (2005) 107, final.

⁸⁴ Presidente da CE. Ocupa o cargo desde que abandonou o lugar de Primeiro ministro de Portugal, em 2004.

Allies are not in the Commission, and most certainly not in the Competition Directorate General (guardian of ‘fair’ competition) that, with this text, established its own authority over PSB-matters as never before. Cultural rationales prevail for the present time in this particular arena of EU broadcasting policy, but economic rationales have more than a foot in the door” (Coppens, 2005: 84).

Essa tendência será ilustrada pela análise das queixas que a CE tem recebido acerca do posicionamento privilegiado do SP.

II.3 | A REDEFINIÇÃO DAS FRONTEIRAS DA MISSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO

Com o desenvolvimento de novos serviços pelos operadores de SP, a sua legitimidade e o âmbito da sua missão têm sido crescentemente afrontados. Essa afronta resulta de vectores de força com várias origens: o mercado, os governos nacionais, a CE e organizações como o Conselho da Europa ou a UER. Este é um dos grandes, senão o grande desafio dos *media* de serviço público na Europa: a migração para a era digital multiplataforma, de forma a responder às mutações sociais, sem deixar de satisfazer as provisões relativas ao mercado concorrencial e aos financiamentos estatais (Michalis, 2007; Ridinger (2009).

Como ponto de partida, devemos constatar que há vários entendimentos nacionais acerca desta questão, o que tem estado na origem da ação europeia e na necessidade de ajustamentos da regulamentação. Teoricamente, os posicionamentos acerca da legitimidade da entrada do SPRT no terreno dos novos *media*, são herdeiros da clássica divisão entre a escola crítica e a escola liberal. A esquematização de Jakubowicz (2007) pode entender-se como uma atualização dessa dicotomia que enquadrou a abertura do mercado há cerca de três décadas. Essas perspetivas servem de sustentáculo ideológico à implementação de diferentes modelos de SP (dos quais temos como exemplo a sistematização feita pelo mesmo autor em 2003). Assim, o modelo ilegítimo tem uma origem neo-liberal e defende que o mercado é perfeitamente capaz de responder às necessidades sociais, pelo que o SP é desnecessário e, portanto, ilegítimo. No lado oposto, existe o modelo que sustenta que tudo é legítimo, desde que sirva a missão do SP, incluindo novos *media*, e independentemente do que existir no mercado. Trata-se de uma visão do SP enquanto direito de cidadania. No meio, existe um modelo parcialmente legítimo ou de atrito, segundo o qual o SP unicamente completa as falhas num sector predominantemente de mercado e, por isso, não compete com os privados, remetendo-se a uma vocação de operador de nicho (Jakubowicz, 2007).

O SP conseguiu, apesar da pressão dos mercados, manter-se de acordo com uma filosofia de ação compreensiva em relação ao mercado. Mas, essa garantia está cada vez mais associada à era analógica. No contexto digital, como veremos, nem tudo é legítimo, no posicionamento do SP.

II.3.1 | AS NOVAS ÁREAS DO SERVIÇO PÚBLICO E A HOSTILIDADE DO MERCADO

Numa série de investigações resolvidas em 2003, a CE debruçou-se sobre várias situações de financiamentos *ad hoc* (compensações esporádicas que diferiam dos modelos de financiamento estabelecidos) em Portugal⁸⁵, Itália⁸⁶ e França⁸⁷, ocorridas durante a década de 90. As três situações seriam consideradas compatíveis com as regras de mercado, já depois de se verificar que não cumpriam o Acórdão Altmark (Michalis, 2007: 232). Nestes casos, as recomendações feitas pela CE incentivavam a implementação de formas que evitassem o sobrefinanciamento, a adoção de preços de mercado para as atividades comerciais e a separação clara dessas mesmas atividades (Depypere, *et al.* 2004).

Mas, entretanto, algo mudou nas queixas recebidas pela CE. Como resultado da diversificação de atividades, bem como da convergência, a sua autoria e o seu âmbito deixaram de estar circunscritos aos operadores de difusão sonora e visual (Depypere e Tigchelaar, 2004)⁸⁸. A junção de áreas da comunicação anteriormente separadas tornou-se real, como anteviram Herman e McChesney (1997). Ariño e Ahlert explicavam-no numa frase: “Murdoch now sits in one boat with MCI and Microsoft” (2004: 395). O que passava a estar em causa não era só o mercado da difusão, mas a entrada dos *media* públicos em mercados vizinhos. Neste contexto, o caso mais evidente era o dos serviços criados na internet (Hills e Michalis, 2000; Moe, 2008a). Mas há outras situações que a CE, entretanto, investigou. Para lidar com a liberdade proporcionada aos Estados-membros e com a sua própria limitação operacional, a CE começou a tentar encontrar formas de aumentar o alcance da sua ação, como veremos.

Como explica Michalis (2010), a definição da política europeia para os *media* tem-se baseado mais nas decisões relativas à competição, do que em efetiva legislação. Por isso, importa analisar as decisões referentes a alguns casos, de forma a conseguirmos uma visão de conjunto mais sólida, acerca da política europeia relativa à inclusão de novas plataformas e novas atividades na missão de serviço

⁸⁵ Cf. Auxílio C 85/2001 (ex NN 133/B/01, NN 85/B/2001 e NN 94/B/99) — *Financiamento público à RTP Convite para apresentação de observações, nos termos do n.º 2 do artigo 88.º do Tratado CE.* (2002/C 85/05).

⁸⁶ Cf. *Commission Decision of 15 October 2003 on the measures implemented by Italy for RAI SpA*, C (2003) 3528 (2004/339/EC)

⁸⁷ Cf. *Commission Decision of 10 December 2003 on State aid implemented by France for France 2 and France 3*, C(2003) 4497 (2004/838/EC)

⁸⁸ Para uma visão sobre as situações investigadas em vários países europeus cf. Ridinger (2009).

público (Depypere e Tigchelaar, 2004; Dias e Westerhof, 2006; Donders e Pauwels, 2008; Hills e Michalis, 2000; Kleist e Scheuer, 2006; Michalis, 2007; Prosser, 2005; Ridinger, 2009; Ward, 2003; 2008; Wheeler, 2010).

Parte dos desafios dos *media* públicos na viragem do milénio tinham a ver, como já referimos, com a crescente fragmentação⁸⁹ do mercado, com a maior possibilidade de escolha dos cidadãos e, sobretudo, com a criação de novos serviços e a colocação dos seus produtos em novas plataformas. Subitamente, televisão, rádio, imprensa e meios *online*, lutavam pelo mesmo público e pela mesma publicidade num terreno de convergência de serviços como é a internet. Esta reformulação das áreas em concorrência tornava evidente a necessidade de uma reflexão sobre as várias situações que iam surgindo pela primeira vez e que podiam beneficiar os operadores públicos. Em causa estavam, por exemplo, a utilização de publicidade num *site* financiado pelo Estado; a utilização de uma marca já estabelecida no mercado (que podia, ainda, valer-se de uma economia de escala) para atrair dividendos comerciais; ou mesmo o financiamento pelos cidadãos de um *site* cujos utilizadores em grande parte podem ser de fora do país⁹⁰ (Hills e Michalis, 2000: 490-491).

A oferta dos operadores públicos tinha-se alargado para além das tradicionais fronteiras. Disponíveis passavam a estar, *grosso modo*, três grandes grupos de produtos. Por um lado, havia os que resultavam da utilização dos novos *media* como canais de distribuição adicionais para os produtos já existentes, como a internet, os telemóveis, o Digital Audio Broadcasting (DAB), ou o YouTube, por exemplo. Por outro lado, tinham sido desenvolvidos produtos comerciais não incluídos na missão de SP, como comércio electrónico, ligações a produtos comerciais, jogos pagos, ou acordos com operadoras de telemóveis. Por último, havia os produtos controversos, como os arquivos de programas consultáveis mediante pagamento, após um certo período de tempo, ou alguns serviços especificamente criados para novas plataformas (Ridinger, 2009: 3).

Esta entrada do SPRT nos novos campos tecnológicos e de negócio proporcionados pela digitalização, era de tal forma relevante que significava, não só a definição do seu futuro, mas também, a própria superação do seu posicionamento tradicional (Bardoel e d'Haenens, 2008a; Depypere e Tigchelaar, 2004; Donders e Pauwels, 2008; Michalis, 2007; Ridinger, 2009;).

Se recuarmos um pouco, porém, constatamos que a entrada dos operadores públicos em áreas adjacentes aos seus canais tradicionais, não teve apenas a ver com as novas plataformas. Depypere e Tigchelaar (2004) exemplificam essa tendência com a já antiga organização de festas pelas rádios públicas, ou com a publicação de livros oriundos de programas de televisão. Mas esta diversificação recente dos operadores públicos trouxe à Comissão Europeia novas dúvidas acerca da natureza destas

⁸⁹ Para uma abordagem às consequências da fragmentação na difusão cf. Bergg (2004) e Tambini (2004).

⁹⁰ A disponibilização de gravações de obras de Beethoven pela BBC levantou, entre outras, esta questão. Menos de 20 por cento dos 1,4 milhões de utilizadores que descarregaram os ficheiros eram do Reino Unido (Tambini, 2006).

atividades. Até que ponto poderiam elas, para além da difusão da rádio e da televisão, ser incluídas na missão de serviço público? A resposta do sector privado foi clara: não há necessidade de o serviço público entrar em áreas que já são perfeitamente supridas pela atividade privada e nas quais não há evidente insuficiência do mercado (Hills e Michalis, 2000; Michalis, 2007; Prosser, 2005). A resposta dos operadores públicos foi contrária: sem o SP, o sector audiovisual ficaria privado de dimensões essenciais (ITC, 2001).

É neste contexto que surge a implementação de formas de avaliação *ex ante* da legitimidade da expansão dos operadores públicos, como o britânico Public Value Test. De facto, a BBC continua a ser referencial na era multimédia. Não só o seu exemplo é, frequentemente, apontado como paradigmático da multifuncionalidade dos repórteres (Ursell, 2001), como o seu posicionamento face às novas tecnologias tem ditado padrões. Ela tem uma missão claramente definida e bastante ampla (Moe, 2008b). No caso da internet, ela assume o novo meio como um fornecedor de conteúdos, ao contrário de outros operadores (como o húngaro) para o qual a internet não passa de um mero apoio à empresa e à sua programação (Aslama, 2008). Um dos seus contributos mais relevantes tem sido a aplicação do teste de valor dos serviços públicos. Em 2004, o Relatório Graf levou ao encerramento de vários sites da BBC, como o “The Games Portal” ou o “Fantasy Football”. Estes sítios – argumentava-se no relatório, traziam um benefício público inferior ao seu impacto no mercado. Não eram suficientemente diferenciados da oferta privada para poderem ser considerados serviço público. Nesse sentido, a BBC teria de clarificar a sua missão *online*, focando-se mais em informação e educação (2004). Esta foi a primeira aproximação à ideia de valor público, que mais tarde seria configurada nos moldes de uma avaliação. O Public Value Test⁹¹, entretanto criado, destina-se a avaliar o impacto e a pertinência do lançamento de um novo produto, ou a legitimidade para alterar um já existente. Esse teste tem duas componentes: uma primeira tenta aferir o valor para o público desse produto e uma outra, realizada pela Ofcom (regulador externo) avalia o impacto do produto no mercado.

Como explicam Coyle e Woolard, “public value could be a central part of the answer to the question: how can public administrators get the best outcome for society from the assets and resources with which they have been entrusted?” (2010: 6).

Este conceito de valor público (Moore, 1995), ainda pouco abordado academicamente no âmbito dos *media*, enquadra-se nos modernos processos de gestão dos serviços públicos e está em expansão para outros países, como a Noruega ou a Dinamarca. A avaliação a montante é uma ferramenta que, não só ajuda a credibilizar a posição do operador, como responde claramente às questões resultantes da expansão do SPRT.

⁹¹ Cf. BBC TRUST. 2007. *Guidance on the conduct of the PVT* [online]. [Acedido em 02 de outubro de 2011]. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/regulatory_framework/pvt/pvt_guidance.pdf a 2 de outubro de 2011.

Porém, mecanismos como esse não terminam com o crescimento da hostilidade do sector privado, devido à fragmentação do mercado. Naturalmente, a fatia que habitualmente, sustentava os operadores comerciais está cada vez mais dividida. E essa repartição pode vir a ser ainda mais intensa, se tivermos em conta que, num contexto de crise como o que se desenvolveu, os operadores públicos podem recorrer mais às receitas do(s) novo(s) mercado(s), como forma de contornar possíveis limitações de fundos estatais. A própria imprensa, anteriormente alheada do audiovisual, mas agora em parcial concorrência direta, começou a alertar para um risco de desagregação dos mercados internos, devido ao desequilíbrio provocado pelo financiamento estatal.

Com efeito, o sector privado, tradicionalmente, reduz o SPRT à mera condição de um competidor injustamente financiado (Michalis, 2007). Atualmente, continua a fazê-lo, e de forma cada vez mais intensa, uma vez que o "adversário" está agora em expansão para novos terrenos. Tendo em conta que o mercado das novas plataformas é o único que tem possibilidade de crescer (Nissen, 2006) e que, nessa expansão, o SPRT conta com uma marca sólida que pode ser rentabilizada (Steeemers, 1999), a intensificação da pressão do sector privado é uma defesa natural.

O *lobby* do sector comercial contra o SP não se revela apenas nas queixas à CE. Em 2003, várias associações ligadas ao sector dos *media* privados vieram pedir a alteração de várias regulamentações que pudessem conduzir a uma maior justiça e equilíbrio entre os operadores públicos e os privados⁹². A argumentação partia da crescente similitude entre uns e outros, tanto ao nível dos conteúdos como das funções. Estas associações afirmavam que, apesar dessa galopante semelhança, os operadores públicos continuavam a beneficiar de uma situação privilegiada ao nível do financiamento, da regulamentação e mesmo de diversos benefícios adicionais em vários países, habitualmente, não tomados em conta. Segundo os operadores privados, a distorção do mercado daí resultante aumentava consideravelmente quando os operadores de SPRT entravam em novas áreas como o *online*, o comércio electrónico, a produção audiovisual e a televisão por satélite. No ano seguinte, em 2004, três associações internacionais de rádio, televisão e editores sublinharam esta posição, acusando os operadores públicos de terem demasiado sucesso, e exigiram uma regulamentação que restringisse a atuação dos operadores públicos à periferia dos conteúdos (Lanara, 2004).

Efetivamente, a solução advogada pelo sector privado é a marginalização do SPRT: um estreitamento da sua missão, confinando-o ao mundo analógico e aos produtos e plataformas tradicionais, ou aos nichos de mercado que não são comercialmente atrativos (Søndergaard, 1999; Michalis, 2007; Bardeol e d'Haenens, 2008a; Jakubowicz, 2007; Nissen, 2006).

Perante esta contestação, o SPRT tem-se mantido, devido ao apoio político. Mas, face a condições económicas adversas, essa base pode desvanecer-se, como se percebe ao longo deste trabalho.

⁹² Cf. ASSOCIATION OF COMMERCIAL TELEVISION IN EUROPE, INTERNATIONAL COMMUNICATIONS ROUND TABLE, EUROPEAN NEWSPAPERS ASSOCIATION, EUROPEAN PUBLISHERS COUNCIL, ASSOCIATION OF EUROPEAN RÁDIOS. 2003. *Broadcasting and Competition Rules in the Future EU Constitution – A View from the Private Media Sector*.

Importa, pois, como defende Jakubowicz (2007), fortalecer a sua outra base de apoio: o público. E isso só acontecerá se o SP for relevante para ele. E se ele for confiável. Isto é, o SP tem de ser uma marca de confiança à qual se reconhece a criação de valor social.

Para não se tornar socialmente periférico, o SP tem de continuar a chegar às pessoas e a ser relevante para a coesão social (Collins et al, 2001; Nissen, 2006). Se canais generalistas ou rádios analógicas são cada vez menos eficazes, então a estratégia deve privilegiar o desenvolvimento de novos canais temáticos e a entrada em novas plataformas e conteúdos. Trata-se de uma resposta à mutação dos próprios hábitos de consumo dos cidadãos, cujo consumo dos novos *media* é cada vez maior.

Mais do que a relevância social, são, também, a solidez concetual e económica que estão em causa. Se o SP não for um serviço transversal, pode questionar-se a legitimidade da sua sustentação através de uma taxa universal. Como já afirmámos, na era da subscrição, uma das previsíveis consequências dessa marginalização é a relutância no seu financiamento pela população que, maioritariamente, não o consumiria. E isto é tão mais evidente quando se sabe que, num contexto de crise generalizada, o financiamento do SP é ainda mais questionado pelas esferas política e social (Hills e Michalis, 2000; Picard, 2006).

II.3.2 | A NEUTRALIDADE TECNOLÓGICA⁹³

Nesta discussão, a defesa do SPRT tem-se baseado na neutralidade tecnológica, um argumento que remonta já aos anos 90. Foi em 1999 que a utilização das receitas da taxa para financiamento da nova BBC News 24 (por cabo) e de nove canais digitais temáticos de rádio e televisão da BBC, foi validada pela CE. Neste caso, as decisões não foram ditadas pelas respectivas plataformas, mas sim pelo cumprimento dos princípios previstos na missão de serviço público da empresa, como explica Michalis:

“although it noted that state funding would favour the BBC over its competitors and as such distort trade, the Commission found that the new digital channels formed part of the BBC’s public service mission to be financed out of the licence fee and that the finding did not exceed what was required for the fulfilment of its remit” (2007:234).

⁹³ Não faremos aqui distinção entre situações que resultaram em decisões da Comissão Europeia ou do Tribunal de Primeira Instância, por não considerarmos pertinente, para o trabalho em causa, o aprofundamento dos casos. Importa-nos apenas ressaltar que o Tribunal Europeu de Justiça interveio mais nos primeiros casos, após os quais a CE tomou um papel mais ativo.

A neutralidade tecnológica passou, então, a ser um argumento defensável. Segundo Nissen (2006), não pode existir qualquer fundamentação tecnológica para a restrição de atividades do SP, muito embora o autor reconheça que há alguma ancoragem semântica à expressão *broadcasting*, que pode resultar numa regulamentação mais restritiva para as novas atividades. É o que mostra a análise de decisões posteriores. Nelas, a CE tem tentado impôr limites a esse princípio, apesar do que está previsto na Comunicação de 2001.

Numa outra investigação, datada de 2003, o assunto volta a ser discutido. Nessa altura, a CE aprovou o financiamento do projeto Digital Curriculum, da BBC⁹⁴. Tratava-se de um projeto que se destacou no seio do mercado, pela sua natureza eminentemente cultural e não mercantilizada. O projeto consistia em conteúdos educacionais interativos e gratuitos para o meio escolar. Era apresentado como um serviço auxiliar, que não estava ligado às atividades de televisão e rádio, e que iria funcionar num sector onde já existiam operadores privados. O financiamento, oriundo da taxa, foi aprovado. Embora a situação tivesse sido considerada lesiva para o mercado concorrencial, a CE levou em linha de conta as ações do governo inglês no sentido de minorar esses efeitos⁹⁵. Michalis (2007) e Donders e Pauwels (2008), porém, consideram incongruente, no contexto de neutralidade tecnológica, o conceito de “closely associated”⁹⁶, usado nesta decisão.

Depois da Comunicação de 2001, o princípio da neutralidade tecnológica passou a estar intimamente associado ao seu Artigo 34.º, segundo o qual os serviços de informação *online* podem caber na missão de serviço público, na medida em que partilharem os mesmos fins sociais, culturais e democráticos. A margem de interpretação reside, precisamente nessa ideia de partilha. Por isso, o que as investigações da Comissão tentavam aferir era se, nesse contexto *online*, estavam incluídos serviços que não se qualificavam como de interesse geral. Uma vez que não podia contrariar a organização dos *media* públicos pelos Estados-membros, nem a consequente inclusão de serviços *online*, a CE aconselhava, então, que estas atividades fossem definidas pelo Estado e não pelo operador, de forma a que pudessem ser desenvolvidos apenas serviços de interesse geral⁹⁷.

Como advertem Donders e Pauwels, “an expansion of public broadcasters’ activities on new media might be valid, but certainly not unlimited” (2008: 297). A Comissão já havia demonstrado esse princípio com a investigação feita ao operador holandês. Em 2004, a CE explicava, no relatório

⁹⁴ Cf. Carta ao Estado-membro 01 de outubro de 2003: *State aid No N 37/2003 – United Kingdom BBC Digital Curriculum*, C(2003)3371fin.

⁹⁵ Cf. Carta ao Estado-membro 01 de outubro de 2003: *State aid No N 37/2003 – United Kingdom BBC Digital Curriculum*, C(2003)3371fin.

⁹⁶ O documento condiciona o enquadramento ao cumprimento ou não de uma condição de “close association” entre as atividades de difusão e o Digital Curriculum. Donders e Pauwels argumentam que, se há neutralidade tecnológica na política da CE, então não é relevante a ligação entre o Digital Curriculum e as formas tradicionalmente incluídas na missão da BBC (2008).

⁹⁷ Cf. *Commission requests Germany, Ireland and The Netherlands to clarify role and financing of public service broadcasters*, IP/05/250, 03 de março de 2005.

preliminar relativo à NOS (que coordena os operadores públicos holandeses⁹⁸), que serviços como SMS eram de natureza comercial e que, como tal, não deviam ser financiados pelo Estado. Como é notado por Michalis, a apreciação da CE pressupunha, de novo, uma restrição no âmbito da missão do SP, o que, não só se aproximava da argumentação do mercado, como também podia ser lida como incompatível com o Protocolo de Amesterdão:

“according to which the public service mandate rests with national governments, and also the interpretation of state aid law so far. Furthermore, it suggests the endorsement of a restrictive definition of public service broadcasting, which is precisely what commercial interests have been arguing for” (2007: 234, 235).

A Comunidade tem insistido na necessidade de maior clareza na separação entre as atividades comerciais e as de serviço público. O seu objetivo primordial é evitar situações de financiamento cruzado, como a que havia sido investigada em 2002, na Alemanha. Em causa esteve o desenvolvimento de um parque temático pela ZDF. Neste caso, a Comissão veio a validar o financiamento⁹⁹, uma vez que considerou que a empresa actuou dentro das condições do mercado (Depypere, Tigchelaar, 2004). Um desfecho contrário aconteceu na investigação relativa à televisão dinamarquesa TV2/Danmark, em 2004, quando a Comissão decidiu negativamente sobre parte do financiamento do operador público recebido entre 1995 e 2002, por tê-lo considerado incompatível com o mercado concorrencial. Relativamente aos novos serviços oferecidos *online*, podia ler-se numa das referências da decisão:

“TV2's commercial Internet service should be regarded as a purely commercial activity, as it offers interactive products on individual demand like games or chat rooms, which do not differ from similar commercial products. Since such services do not address the democratic, social and cultural needs of society they cannot constitute services of general economic interest under Article 86(2) of the EC Treaty”¹⁰⁰

⁹⁸ Cf. *Commission launches aid probe into Dutch public service broadcasters*, IP/04/146, 03 de fevereiro de 2004.

⁹⁹ Cf. *Official Journal of the European Communities*, C137, volume 45, 08 de junho de 2002.

¹⁰⁰ Cf. *Commission Decision of 19 May 2004 on measures implemented by Denmark for TV2/Danmark*, C(2004) 1814, [online]. [Acedido em 08 de junho de 2010]. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2006D0217:20060323:EN:PDF>.

Ou seja, a CE não afasta dos operadores privados as atividades comerciais *online*. O seu objetivo é que não haja equívocos entre o que pode e o que não pode ser considerado como parte da missão de SP, de forma a que não se crie uma situação injusta, mas se mantenha um *level playing field*.¹⁰¹ Neste caso, o *site* não podia incluído na missão de SP do operador, ao contrário de um outro, no qual eram incluídas apenas informações sobre a programação. O fator determinante aqui, como explica Michalis (2007), foram os serviços existentes no mercado, que ditaram até onde podia ir a missão do SP.

O lugar e a ação do SP têm sido garantidos pela CE. Mas o que Michalis (2010) mostra é que a argumentação tem vindo a mudar ao longo dos anos em direção a um possível estrangulamento da capacidade de ação destes operadores. Ao contrário da instituída capacidade de os países-membros poderem ter amplitude na definição do que é o seu serviço público, a Comissão tem-se posicionado com uma definição estranguladora dessa prerrogativa (Castendyk, 2008: 234). O alcance das atividades dos *media* públicos está limitado pelo espaço que já é ocupado pelas atividades privadas, o que pode levar a uma marginalização dos operadores de serviço público em certas áreas (Michalis, 2007: 235). De facto, depois de tal não ter sido considerado relevante nas decisões iniciais, a insuficiência do mercado passou a ser usada pela CE como argumento (Michalis, 2010: 40). É este o quadro que constitui uma ameaça muito concreta ao âmbito da futura ação do SP.

Porém, esta dúvida sobre o tipo de atividades que podem ser incluídas na missão do SP na era da convergência pode ser vista de outra forma. Há múltiplos objetivos dentro da ação do SPRT na internet, como explica Moe (2008): esses objetivos passam pela possibilidade de disseminar ainda mais os conteúdos mas, sobretudo, pelo incentivo à participação na esfera pública, o que pode ser atingido por serviços inovadores. O que o autor defende (ao analisar outras atividades marginais dos operadores de SPRT, como um fórum de discussão no sítio da alemã ZDF, um jogo *online* da norueguesa NRK e um concerto no Second Life da BBC), é que a missão do SP pode valer-se desses novos serviços para aumentar a eficácia da sua ação. E isso é válido e legítimo, apesar da utilização de ferramentas que, como estas, são absolutamente afastadas da atividade tradicional dos operadores e que podem ser criticadas, quer por essa dissociação, quer pelo facto de não serem serviços universalmente acessíveis.

II.3.3 | O SERVIÇO PÚBLICO ENTRE VÁRIAS TENSÕES CONFLITUANTES: OS ESTADOS-MEMBROS, O CONSELHO DA EUROPA E A COMISSÃO EUROPEIA

A complexidade da situação é acentuada pela diversidade de respostas no âmbito europeu. Ao recuar 20 anos, constata-se que, desde a entrada dos operadores públicos na internet, ainda na primeira parte

¹⁰¹ Todos os operadores jogam à partida de acordo com as mesmas regras.

dos anos 90, a situação mudou grandemente. A presença incipiente e exploratória inicial deu lugar a uma crescente complexificação estrutural e a novos objetivos e produtos. E como a legislação sempre demora a desenvolver-se, ainda hoje existe um certo espírito *ad hoc* na forma de enquadrar o alargamento do serviço público na internet. Assim, o que, efetivamente, se verificou foi a pouca solidez da política europeia neste campo (Aslama, 2008). Foi por isso que se estabeleceram realidades nacionais bem distintas. Há países que alargaram o conceito de difusão, enquadrando nele os novos serviços (do qual a Noruega é um exemplo). Outros estados acrescentaram à difusão de SP novos serviços apenas relacionados com a programação (como é o caso da Alemanha). No caso inglês, nomeadamente, no que diz respeito ao desenvolvimento recente da BBC, o reconhecimento da importância da internet nos objetivos da empresa implicou o abandono da difusão como o conceito central da sua missão (Moe, 2008c).

Assim, a diversidade europeia revela atitudes que se caracterizam por um maior proteccionismo, por atitudes de restrição, obrigação, simples permissão, ou de apoio efetivo à entrada dos operadores públicos nas novas tecnologias, o que tem acontecido com as mais variadas justificações (Aslama, 2008). Na opinião de Moe (2008), a realidade europeia sairia beneficiada se houvesse espaço para enquadramentos que respeitassem as idiossincrasias de cada país. Mas, apesar das diferenças existentes, começa a ver-se uma tendência de convergência de regulamentações, que não será alheia, naturalmente, à ação das instâncias europeias, sobretudo, da CE (2008).

Esta tensão é natural num mercado misto e com diferentes esferas de regulação. Como Harrison e Woods observam, ela resulta de várias situações: por um lado, é a política de desenvolvimento europeu, que tenta harmonizar prioridades culturais e económicas; por outro, é o desenvolvimento tecnológico que criou produtos ambíguos dentro dos operadores de SP; e, por último, é a liberdade dos Estados definirem a forma dos seus SPRT, que pode colidir com as regras de um mercado comunitário (2001).

A posição da CE tem, então, sido de afronta a essa expansão digital, apesar das decisões positivas. O Conselho da Europa, por outro lado, apoia a expansão dos operadores públicos. A Recomendação de 2007¹⁰² dos Ministros do Conselho da Europa sobre a missão do SP na sociedade da informação, é clara nesse sentido. O texto aconselha os Estados a dotar os seus operadores públicos dos meios necessários à satisfação dos novos hábitos e necessidades dos cidadãos. A promoção da universalidade e da igualdade deve ter em conta novas plataformas, e o seu desenvolvimento deve sustentar-se numa adequação legislativa. O Conselho da Europa exemplifica que o conhecimento das instâncias e

¹⁰² Cf. *Recommendation of the Committee of Ministers to member states on the remit of public service media in the information society* CM/Rec (2007)3.

funcionamento democráticos pode ser estimulado através de jogos *online*¹⁰³. De facto, a sua atitude é claramente pró-serviço público, na sua forma de superação do modelo de difusão, virado para o futuro, para ser uma parte da solução. A CE parece, mais frequentemente, ver o SP como parte do problema (Jakubowicz, 2007; Coppens, 2005). A sua atuação não tem sido sempre clara na matéria, durante este período, que se pode classificar como experimental (Donders e Pauwels, 2008). Efetivamente, tendo em conta a autonomia dos estados-membros relativamente à definição da missão, a CE parece querer ganhar margem de manobra, com a introdução de conceitos como o já descrito "*closely associated*"¹⁰⁴ (Donders e Pauwels, 2008). Na verdade, a possibilidade de a CE classificar uma atividade *online* como desajustada, acaba por ser uma enorme limitação ao princípio da autonomia dos Estados na definição da missão dos seus operadores (D'Haenens, 2011). Neste sentido, pode dizer-se que, para além da pressão dos operadores privados, a posição da DGC tem constituído um desafio para os *media* de serviço público (Coppens, 2005). Harrison e Woods explicam esta diferença de posicionamento perante o SP:

“Broadly, the Competition Directorate General (DG) focuses strongly on the organization of broadcasters with PSB obligations, seeing them as economic operator subject to normal economic constraints. By contrast, the European Parliament (Parliament) often focuses on the function of PSB in relation to the end goals of PSB (such as education and citizenry) and the means of achieving them (via a diverse range of quality programming). The Council and the Commission’s DG for Education and Culture take a similar approach to the Parliament” (Harrison e Woods, 2001:479).

Esta pressão conflituante é visível, pois, no dilema que a UE enfrenta e que temos vindo a enfatizar: o serviço público é uma atividade cultural, mas também é industrial; apesar de alguns dos seus objetivos serem intangíveis, tem de funcionar num mercado competitivo (Coppens, 2005; Steemers, 1999). E, como explica Wheeler,

"the Directorate's neoliberal approach has led to questions about its ability to enhance pluralism. Competition policy has ignored the 'cultural' diversity of

¹⁰³ Cf. GROUP OF SPECIALISTS ON PUBLIC SERVICE MEDIA IN THE INFORMATION SOCIETY. 2008. *Strategies of public service media as regards promoting a wider democratic participation of individuals*, H/Inf(2009)6 [online]. [Acedido em 04 de setembro de 2010]. Disponível em [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Themes/H-Inf\(2009\)6_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Themes/H-Inf(2009)6_en.pdf).

¹⁰⁴ Cf. Carta ao Estado-membro de 01 de outubro de 2003: *State aid No N 37/2003 – United Kingdom BBC Digital Curriculum*, C(2003)3371fin.

content as it cannot conceive communications as anything more than a private exchange of goods between suppliers and costumers (2010: 51).

É por isso que os operadores públicos consideram desadequada a sua integração num enquadramento competitivo. Desta forma, sob a pressão do sector privado, a ação da DGC e da UE constituem sérios desafios à expansão do SP (Nissen, 2006).

Perante estas interferências, a própria autonomia do Estado é abalada, como já referimos. Em caso de colisão, como explicam Kleist e Scheuer (2006), quando dois direitos constitucionais sobre uma mesma realidade entram em choque, o entendimento deve ser procurado através da “Praktische Konkordanz”, um consenso que resulta da operacionalização maximizada de cada um deles (2006: 181). Em última instância, e de acordo com o Protocolo de Amesterdão, a definição da missão do operador de SP pelo estado estará salvaguardada (Kleist e Scheuer, 2006). Mas para evitar colisões entre as liberdades nacionais na definição do SP e a lei comunitária, parece necessário, como afirmam Harrison e Woods (2001), limitar de forma mais concreta o que pode fazer parte da missão dos operadores. Como é explicado pelos autores, essa limitação não irá restringir a liberdade dos países, mas sim, terminar com a margem de imprecisão onde residem todas as dúvidas.

II.4 | A AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO DO SERVIÇO PÚBLICO

É nesse contexto das novas formas de gestão pública, como já referimos, que existe um enorme investimento político na racionalização, na eficiência, na transparência e na prestação de contas do operador de SP. É o resultado da tónica europeia na ideia de governança. São palavras-chave, segundo o Conselho da Europa, para ultrapassar a crise do SP. Esta tónica está intimamente ligada à ideia de responsabilidade social, segundo a qual o SP tem obrigações para com a sociedade e deve ser responsável perante ela, permitindo que ela o escrutine (Bardoel e D'Haenens, 2004) e conheça o grau de cumprimento dos objetivos fixados na sua missão (Mendel, 2011; Wessberg, 2005). Não basta ao SP dizer que faz, importa que mostre e avalie como o faz. A ideia de *good governance* resulta, precisamente, numa nova forma de avaliação, segundo a qual os SP são avaliados pelos resultados e não apenas pelos intuítos (Bardoel e D'Haenens, 2004). No fundo, trata-se de um renovado sistema administrativo para os operadores públicos, dentro do qual, em regra, encontramos implementados elementos essenciais, como critérios de desempenho e a avaliação desses mesmos critérios (Coppens e Saeys, 2006).

De facto, as necessidades de prestação de contas, de responsabilização e de avaliação do cumprimento das funções do SP têm crescido (Jakubowicz, 2003). À priori, deve referir-se que não se trata de uma avaliação do SP, mas sim do operador de SP (Picard, 2003). Trata-se de um processo constantemente presente, relacionado com a própria necessidade de legitimação pelo operador, sobretudo neste

contexto de alargamento a novos produtos. É importante perante o público e perante o governo. Note-se, porém, que os *media* públicos já prestam contas todos os dias aos seus ouvintes, ou à tutela, sobre as mais variadas questões, desde finanças a opções editoriais (Wessberg, 2005). Essa disponibilidade para serem responsabilizados diretamente tornou-se uma forma de reforçar os conceitos de confiança e seriedade no *branding* do SP¹⁰⁵. Foi por isso que se importou a figura do provedor (WRTC, 2000). Assim, além da avaliação feita por uma entidade reguladora, ou pelo poder político, tentava-se, mostrar que os cidadãos também tinham uma palavra acerca do desempenho do operador que, na realidade, existia por sua causa.

Se recuarmos alguns anos verificamos que já eram raros os países que não tinham, após a viragem do milénio, qualquer obrigação qualitativa ou quantitativa. Mas a forma como, atualmente, se avalia o cumprimento dessas obrigações, é diversa. Há modelos ligeiros, como o sueco, ou mais rígidos como o inglês (Brants, 2003). A diversidade reflete os processos a montante. Ou seja, a avaliação está dependente do que estiver definido na missão dos operadores, o que pode incluir obrigações quantitativas, qualitativas, ou mesmo de outro tipo, como, por exemplo, ao nível da penetração no mercado.

De forma geral, na Europa, as exigências qualitativas são comuns. Elas existiam, por exemplo, no caso da RTP, em cuja missão se referia o papel da televisão pública no combate ao mau gosto. As obrigações quantitativas existem em alguns casos, dos quais podemos citar como exemplo a obrigação de uma percentagem mínima de 60% de música portuguesa a que a RDP se obrigava no contrato de concessão de 1999. Efetivamente, uma das razões que hoje sustentam a necessidade de rever esse contrato é, precisamente, a atualização de metas qualitativas e a inclusão de mais objetivos quantificados.

II.4.1 | CRITÉRIOS E FORMAS DE AVALIAÇÃO E PRESTAÇÃO DE CONTAS

A avaliação pode, então, focar-se sobre várias realidades: o desempenho (quantitativo ou qualitativo), a qualidade, a eficácia financeira, a satisfação do público ou o tamanho das audiências, por exemplo (Jakubowicz, 2003). O que o autor defende é o enquadramento dos vários tipos de SP dentro de uma nomenclatura (referida adiante), que permita perceber exatamente o que se pode esperar de determinado tipo de SP (Jakubowicz, 2003). Ou seja, as expectativas acerca do desempenho de um serviço público devem ser coerentes com a sua natureza. No mesmo sentido, a avaliação das atividades deve ser feita de forma distinta e consoante a sua essência, recaindo em dimensões comerciais, de serviço público, quantitativas, ou qualitativas, entre outras (Jakubowicz, 2003: 159-160; Picard, 2003).

¹⁰⁵ Outra forma cada vez mais usada para aumentar a confiança dos cidadãos na credibilidade do SP é a certificação de qualidade. A norma ISAS BC 9001 destina-se a aferir o cumprimento de vários critérios incluídos na missão do SP (Banerjee e Seneviratne, 2005).

Porém, a avaliação do efetivo cumprimento da missão deve ter em conta um potencial desequilíbrio endógeno ao processo. Com o intuito de cumprir os critérios avaliados, o operador de SP pode dedicar-se em exclusivo a alguns indicadores, em detrimento de outros; isso deve ser previsto, sob pena de o resultado do processo de prestação de contas ter um efeito contrário ao pretendido (Foster, Egan e Simon, 2004).

De uma forma geral, reconhece-se que a avaliação do desempenho do SP não pode refletir meramente a questão do lucro, muito embora a racionalização dos custos seja uma ideia omnipresente na própria execução da missão cultural do operador. Se há alguns anos a avaliação se centrava no *output* de conteúdos, ela agora centra-se, com igual acuidade, na eficácia económica (Picard, 2003). Assim, a avaliação pode ser feita, *grosso modo*, de acordo com critérios que Picard (2003) distingue como económicos ou tradicionais. Ou seja, dependendo da existência ou não de uma componente comercial, a avaliação do SP pode ter como objetivos a maximização da sua resposta às necessidades da população e da audiência, ou a racionalização dos recursos e das receitas. Aqui reside uma clássica problematização do posicionamento do SP face às receitas. É que, habitualmente, associa-se a ideia de instituição não lucrativa ao operador de SP. Picard (2003), porém, defende que o operador não deve ter como objetivo primário o lucro, mas que o excedente, que vai transitando de um exercício para o outro, é essencial para o desenvolvimento da empresa.

O efetivo cumprimento das obrigações e dos objetivos do operador público podem, então, ser aferidos através de uma comissão interna de controlo, da prestação de contas a uma entidade política, ou perante a uma entidade reguladora do sector. Cumulativamente, tal como acontece em Portugal (o que será descrito adiante), um procedimento comum em vários países é a existência de um relatório anual, apresentado ao parlamento, que inclui informações quantitativas detalhadas (Mendel, 2011). Na maioria dos casos, assim é: existe uma entidade reguladora e um relatório anual. Mas, há exceções. Na Alemanha há reguladores diferentes para os setores público e privado. Na Holanda, os relatórios são semestrais (Machet *et al.*, 2002). Todos os procedimentos são previstos, em regra, nos contratos de prestação e na legislação sectorial. Apesar disso, o que se tem verificado é que a existência de contratos plurianuais que definem as obrigações do operador de SP perante os cidadãos, nem sempre é uma garantia de estabilidade a médio prazo. Jakubowicz refere que, em alguns casos, os novos governos não cumprem o que os seus antecessores estabeleceram (2003b).

A avaliação do cumprimento da missão utilizando critérios como os supracitados, não revela, porém, se ela é adequada ao seu custo. Isso deve-se ao facto de muitos dos benefícios do SP serem intangíveis (Coppens, 2005, Foster, Egan e Simon, 2004; Søndergaard, 1999; Wessberg, 2005). De facto, uma das diferenças entre as produções de serviço público e as de natureza comercial é o facto de muita da relevância das primeiras se situar fora do mercado dos *media* (Ala-Fossi, 2005). Por isso é que muitos operadores estão a tentar incluir critérios qualitativos nas suas avaliações (Lealand *et al.*, 2003). Os autores (Foster, Egan e Simon, 2004) sugerem uma metodologia, que deve ser adaptada às circunstâncias do operador ao qual for aplicada, e que consiste em aferir quanto custa o SP. O exemplo, relativo ao mercado inglês, passa por quantificar o custo de produção de um programa de SP,

comparando-o com um programa de natureza comercial; bem como quantificar o lucro líquido decorrente da exibição desse programa, comparando-o com a perda resultante da não exibição do outro conteúdo (Foster, Egan e Simon, 2004: 161). Mas, Como explicam Machet *et al.*, (2002) nem sempre o sector privado pode dar uma exata medida de comparação para os custos:

"One of the problems that any assessment of the success of the public service broadcasters in fulfilling their remit will face, is simply the difficulty in creating benchmarks to which the performance of these broadcasters can be assessed. In some areas such as entertainment and sport, clearly the commercial sector is some form of yardstick. In other areas that represent crucial areas of the television service, the commercial sector in some countries has simply abandoned any serious investment in important program strands and cannot provide any benchmarks for programming" (Machet *et al.*, 2002:104).

A avaliação do desempenho do SPRT é, pois, um processo complexo, mas cuja importância é cada vez maior. Os operadores europeus que mais cedo começaram a investir seriamente nos processos de avaliação e prestação de contas foram a holandesa NOS, a BBC o belga VRT e o austríaco ORF (Bardoel, D'Haenens e Peeters, 2005). A preparação de um novo processo de avaliação de qualidade no operador holandês foi iniciada na primeira metade da década passada. Por um lado, existia uma comissão externa de avaliação, composta por elementos independentes que representavam o público. Por outro, foi definida uma série de três categorias nas quais eram colocados oito indicadores. Estes elementos formavam uma grelha em forma de teia, que era apresentada num denominado cartão de qualidade, que tanto servia para controlo interno, como para avaliação externa (Bardoel, D'Haenens e Peeters, 2005). A conjugação destes dois instrumentos mostrou-se particularmente interessante, uma vez que permitia a análise de indicadores qualitativos e quantitativos, através de uma multiplicidade de áreas e ferramentas.

III | A SUPERAÇÃO DO MODELO DE SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO PELO MODELO DE *MEDIA* DE SERVIÇO PÚBLICO: OPORTUNIDADES E DESAFIOS

Depois de termos abordado a evolução do SPRT, bem como o seu enquadramento no mercado concorrencial europeu, importa-nos fechar o âmbito da análise, para que possamos compreender as particularidades da sua renovação e da sua pertinência. Apesar das inúmeras formas de implementação, o SP baseia-se em princípios clássicos. Após a liberalização, a sua justificação como elemento capaz de resolver a insuficiência do mercado, foi muito questionada. Com a digitalização e a multiplicação de canais e plataformas, esse argumento foi ainda mais questionado. O SPRT na sua versão digital tem sofrido outros ataques à solidez das suas bases, nomeadamente através do questionamento da sua capacidade de se manter universal, acessível e gerador de inclusão. Quais são, então os princípios que tradicionalmente definem o SPRT e a sua ação, e como é que os postulados clássicos estão a mudar para acompanhar os novos desafios? Seguidamente veremos o que historicamente caracteriza o *ethos* do SP e justifica a sua existência, bem como as questões que se levantam com a evolução para um novo modelo. Terminamos com duas perguntas que são o corolário da análise feita no capítulo anterior à posição das instâncias europeias e da análise que faremos ao nascimento do Public Service Media: qual é, então o lugar atual do SPRT e o que justifica a sua existência?

III.1 | SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO: PRINCÍPIOS E PRÁTICAS PARA UMA SIGNIFICAÇÃO MÚLTIPLA

Como já vimos, a existência do SP traduz-se num posicionamento dos meios de comunicação, de forma a que estes se revejam numa atitude socialmente responsável (Wessberg, 2004). Mas, naturalmente, este postulado é imensamente amplo, como ponto de partida para uma execução da missão dos *media*.

Como explica Syvertsen, até aos anos 80, não se pode falar de uma solidificação de qualquer conceito de serviço público aplicado aos *media*; o conceito tinha grande maleabilidade e era bastante apelativo pelas conotações e benefícios que tinha associados (1999). Ainda hoje persiste uma razoável multiplicidade de variantes na atividade do serviço público de comunicação social europeu (Raboy, 1997), pelo que a investigação académica (Raboy, 1997) e entidades como a UER têm convergido na inexistência de uma definição universal de SP. No entanto, há algumas aproximações de natureza

positiva ou normativa, que se tornaram referências de boas práticas¹⁰⁶ nesse contexto. O clássico modelo de enquadramento legislativo de Rumphorst (1999), ou o mais recente de Mendel (2005), são exemplos disso.

Optámos por sistematizar várias dessas práticas, entrelaçando princípios de base com orientações programáticas e indicações estruturais. A adoção desta estratégia realça o *core* da missão do SP: fornecer os recursos sociais e culturais para uma plena cidadania democrática (Murdock, 2004; Scannell, 2005).

Apesar de a Europa ser o nosso ponto de partida, deve reafirmar-se que o SP não reflete apenas as preocupações democratizantes no velho continente. A UNESCO¹⁰⁷, sobretudo, e a WRTC têm uma ação muito presente no apoio e na disseminação deste conceito fora da Europa. O SP é aceite como um instrumento central no desenvolvimento da chamada Sociedade do Conhecimento, advogada pela UNESCO. A rádio (que se mantém, no século XXI, como o meio transversalmente mais acessível) e a televisão são instrumentos vitais para um desenvolvimento democrático (Banerjee e Seneviratne, 2005). Fora da Europa, constatam-se, igualmente, as mais diversas formas de aplicação, tanto a nível organizacional, como estatutário ou regulamentar, operacional, ou financeiro (Banerjee e Seneviratne, 2005). Essa constatação só acentua a dificuldade de encontrar denominadores comuns que ajudem a definir com exatidão e alguma transversalidade a missão, os princípios e as formas de organização destes operadores (Lange, 1999; Banerjee e Seneviratne, 2005).

O conceito de serviço público tem sido, pois, cada vez mais usado na sociedade. Este uso excessivo resulta no que Atkinson chama de diluição (1997) da ideia, uma vez que ela surge aplicada com grande elasticidade às mais diversas situações. É por isso que, como explica Rumphorst (1999), embora fácil de compreender, o conceito é frequentemente mal-entendido (intencionalmente ou não). Existe, à partida, uma multiplicidade semântica. No sector dos *media*, a expressão “serviço público” tanto tem uma dimensão palpável, referente a estruturas, como se refere a ideias mais intangíveis (Søndergaard, 1999; Wessberg, 2004).

A multidimensionalidade do conceito de SP resulta, assim, das várias aplicações da expressão. Segundo Syvertsen (2001), podemos entender o SPRT de três formas. Primeiramente, como um bem público, à imagem de outros fornecidos pelo Estado, e que está relacionado com ideias como universalidade de acesso e igualdade de pagamento. De outra forma, podemos ainda entendê-lo como um instrumento ao serviço da esfera pública, que dá às pessoas os meios para um pleno exercício da sua cidadania. Mas podemos não o conceber como um instrumento ao serviço da construção de uma cidadania informada,

¹⁰⁶ Uma compilação de boas práticas foi publicada pelo Conselho da Europa. Cf. GROUP OF SPECIALISTS ON PUBLIC SERVICE MEDIA IN THE INFORMATION SOCIETY. 2008. *Strategies of public service media as regards promoting a wider democratic participation of individuals*, H/Inf(2009)6 [online]. [Acedido em 04 de setembro de 2010]. Disponível em [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Themes/H-Inf\(2009\)6_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Themes/H-Inf(2009)6_en.pdf).

¹⁰⁷ Para uma análise da estratégia de ação da UNESCO no campo do SPRT cf. Stiles e Weeks (2006).

mas sim como um meio que responde às necessidades individuais da audiência. Claramente, há diversos pontos ideológicos de partida, que levarão a implementações diferentes.

No domínio operacional, se pensarmos no *output*, existe uma enorme variedade de aplicações de uma mesma ideia geral de criação de valor social: desde a perspectiva mais paternalista, corporizada inicialmente pela máxima Reithiana¹⁰⁸ “educar, entreter, informar” aos SP de dimensão educativa, característicos da América Latina (Valente, 2009a). Essa diversidade é permitida, como já vimos, pela regulamentação europeia, que dá margem para uma enorme liberdade na execução dos princípios gerais, bem como pela diversificação de serviços e plataformas dos últimos anos. O facto é que, tendo heranças, histórias, condições socioeconómicas e enquadramentos legais distintos, os vários países desenvolveram visões diferentes de princípios comuns, o que torna difícil, senão impossível, aferir qual o melhor modelo. Estruturalmente, encontram-se modelos de corporação, como o da BBC; existem as organizações baseadas nas estações regionais alemãs, que formam a ZDF, e que fazem parte de um sector público, que - ao contrário da realidade portuguesa - é equidistante do Estado e do sector privado. Existem as sociedades anónimas, como a portuguesa RTP, ou modelos com alguma delegação, como o holandês. Além disso, há países, como Portugal (até meados da década passada), que tinham organismos distintos para prestar os serviços de rádio e de televisão. E existem países, como a Alemanha, a Itália, ou recentemente Portugal, nos quais existem serviços integrados.

Igualmente, a forma de avaliar o cumprimento dos objetivos dos canais públicos, embora seguindo fins semelhantes, tem formas tão diferentes como a britânica e alemã¹⁰⁹, a norueguesa¹¹⁰, ou a francesa¹¹¹ (Machet et al, 2002). Os modelos de regulação podem ter várias formas, como já referimos, e a supervisão pode ter por base entidades externas como na Dinamarca ou internas como na Inglaterra (van Dijk et al., 2006). As próprias formas de financiamento, como já vimos, são múltiplas (Lange, 1999), pelo que também não podem ser critério para uma definição de SPRT. Esta diversidade operacional e normativa mostra que seria contraproducente tentar encontrar um conceito que fosse transversalmente implementado e que definisse o SP. Por isso, há que entendê-lo como “a continuum that implies different modes of interaction between the society, audience, state, and social institutions” (Vartanova e Zassoursky, 2003: 93). Um objeto em mutação, oriundo de um princípio social e

¹⁰⁸ Máxima imortalizada pelo primeiro diretor-geral da BBC, John Reith.

¹⁰⁹ Ambas partilham um modelo de autoregulação no sector público, como explicam Machet et al. (2002: 101): “In Germany and the UK, the state funded public broadcasters are given a wide range of autonomy and the assessment of the activities of the public broadcasters, and as a consequence the evaluation of whether the public service objectives of these broadcasters have been achieved resides primarily with the internal structures established to regulate the institutions”.

¹¹⁰ Na Holanda existe uma estrutura intermédia entre o governo e o operador público: “The case of Norway is interesting as a Public Service Council has been established, constituted by experts in the field of the media, culture and arts. The broadcasters report annually to this body, who in turn assesses the performance of the broadcasters and reports the findings to the Norwegian Parliament”(Machet et al., 2002: 101).

¹¹¹ Em França existe um modelo que recorre a vários tipos de recolha de dados. O Conselho Superior do Audiovisual “constantly monitors all of the main broadcasters and assesses their performance using a complex system”(Machet et al., 2002: 101).

democrático claro, moldado pelas várias esferas com que interage e pelos diferentes tempos em que se insere.

Apesar de toda esta diversidade e da mudança constante que lhe está subjacente, existem princípios classicamente associados ao SPRT que são transversalmente aceites.

III.1.1 | A MISSÃO DOS OPERADORES DE SERVIÇO PÚBLICO

Para nos determos sobre os princípios unanimemente aceites como bases do SPRT, importa reiterar que as bases concetuais e operacionais desta construção datam de uma época na qual a ideia de *media* de interesse colectivo foi dominante. O seu desenvolvimento compreende-se no âmbito do Estado Social, que se desenvolveu no ocidente, na segunda metade do século XX. A sua base é a ideia do contrato social, mais concretamente, a ideia de promoção de cultura e educação transversais e acessíveis (Burgelman, 2000). Na viragem do milénio, os *media* de SP já não constituem o paradigma dominante e existem num mercado, no qual as mudanças tecnológicas, sociais, políticas e económicas são fracturantes. Na atualidade, tanto académica como politicamente é aceite que a o novo contexto implica que voltemos a debruçar-nos sobre os princípios clássicos do SPRT.

Importa, igualmente, reafirmar que a essência do SP vai além da essência de um bem de consumo. É aquilo que, como já referimos, se designa de *merit good*. Partindo do público, ele responde e é uma resposta em si mesmo (Brants, 2003). Parte-se, pois, de uma conceção da própria radiodifusão como um bem público, como explica Juneau: “broadcasting is a matter of social interest like education and (...) public policies and institutions are necessary for the benefit of citizens and society” (1995: 5). Num dos documentos mais claros acerca do SP, da autoria do World Radio and Television Council, encontra-se um ótimo ponto de partida para analisar os princípios do SP:

“Neither commercial nor State-controlled, public broadcasting’s only *raison d’être* is public service. It is the public’s broadcasting organization; it speaks to everyone as a citizen. Public broadcasters encourage access to and participation in public life. They develop knowledge, broaden horizons and enable people to better understand themselves by better understanding the world and others” (2000:7)

Enfatiza-se, assim, a razão de ser do SP: servir as pessoas, os cidadãos, numa sociedade democrática. Criar valor social, como explicam Jauert e Lowe (2005). É, exatamente, nesse sentido, que Rumphorst (1999) apresenta uma máxima de uma eficácia desarmante: o serviço público de radiodifusão é feito

para o público, financiado e controlado pelo público, o que, negativamente, exclui todas as outras situações.

A essência da missão dos operadores de SPRT está, em alguns países, contida na legislação, noutros está no contrato que liga o operador à sua função. No caso português, está, cumulativamente, no contrato de concessão e na lei. Ao nível europeu, podem ser encontradas contribuições para a elaboração de um modelo de missão para os operadores públicos de comunicação audiovisual no seio de vários documentos, como o relatório da Broadcasting Research Unit, de 1985¹¹²; a Resolução de Praga, de 1994¹¹³; a Resolução do Parlamento Europeu sobre o Serviço Público de Televisão, de 1996¹¹⁴; o Tratado de Amesterdão, de 1997¹¹⁵ e a Comunicação de 2001¹¹⁶ sobre o financiamento, bem como em todas as provisões e decisões entretanto produzidas pelas instâncias comunitárias, pelo Conselho Europeu e pela União Europeia de Radiodifusão. Além das provisões provenientes da esfera europeia há princípios normativos publicados por instituições como o WRTC (2000) e a UNESCO (2011). São esses princípios que usaremos como base da nossa sistematização. São eles que - ao contrário do que acontece com os outros meios audiovisuais - constituem a essência do SP como parte de algo maior e como uma realidade para além do seu aparato tecnológico (Tracey, 1999).

a | Liberdade de expressão

A liberdade de expressão é um direito fundamental do homem¹¹⁷ e é o coração da sociedade democrática. Ela traduz-se não apenas na liberdade de exprimir ideias, mas também na possibilidade de receber as mais diversas correntes de pensamento. De acordo com a UNESCO, a garantia constitucional da liberdade de expressão é essencial para o estabelecimento de uma comunicação social pública (Banerjee e Seneviratne, 2005).

b | Universalidade

¹¹² Perante a comprovada indisponibilidade deste documento para consulta direta, optámos por citá-lo com recurso à obra de McDonnel (1991).

¹¹³ Cf. *4th European Ministerial Conference on Mass Media Policy: The media in a democratic society* [online]. [Acedido em 05 de dezembro de 2009]. Disponível em: http://www.ebu.ch/CMSImages/en/leg_ref_coe_mcm_resolution_psb_07_081294_tcm6-4274.pdf.

¹¹⁴ Cf. *Resolution on the Role of Public Service Television in a Multi-Media Society* (OJ C 320, 28.10.1996, p. 180.)

¹¹⁵ Cf. Treaty of Amsterdam amending the Treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and certain related acts, signed at Amsterdam, 2 October 1997 - C. Protocols annexed to the Treaty establishing the European Community. *Official Journal of the European Communities*, C 340/109, 11 outubro de 1997.

¹¹⁶ Cf. Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting, (2001/C 320/04). *Official Journal of the European Communities*, 15 de novembro de 2001.

¹¹⁷ Cf. Art.º 19º da Declaração Universal dos Direitos do Homem, o Art.º 10º da Convenção Europeia dos Direitos do Homem, bem como a *Declaration on the freedom of expression and information* (Adopted by the Committee of Ministers on 29 April 1982 at its 70th Session), [Decl-29.04.82E 29].

A forma como se aplica o conceito de universalidade tem implicado uma reflexão importante na Europa, sobretudo, no âmbito da sociedade da informação. Este conceito, aplicado ao serviço público, é oriundo dos contextos monopolistas das telecomunicações, como já referimos. Inicialmente, estava relacionado apenas com a cobertura geográfica. Mas a universalidade deve ser entendida em dois níveis: disponibilização e possibilidade de acesso, e apelo gerado pelos seus conteúdos (Tracey, 1999). Por um lado, trata-se da capacidade de chegar a todas as pessoas, tornando-as iguais social e geograficamente, através da não exclusão do serviço, tanto numa dimensão técnica, como através de uma compreensão generalizada. Por outro, a transversalidade da programação, que terá como objetivo ser o mais consumida possível pela audiência, devendo por isso incluir elementos que vão do popular ao mais cultural (Tracey, 1999; WRTV, 2000). A questão da acessibilidade deve ter em conta o custo. Os conteúdos devem ser gratuitos ou quase no momento da captação (Banerjee e Seneviratne, 2005). É essencial para a ideia de Europa que se tem tentado implementar, que um serviço universal inclua as minorias e as pessoas com necessidades especiais, que se respeitem as diferenças entre comunidades e as questões de género, bem como o acesso de camadas sociais mais necessitadas¹¹⁸.

c / Diversidade

Esta dimensão está claramente relacionada com a universalidade do apelo intrínseca à sua programação. Ou seja, a diversidade é condição essencial para que o operador possa chegar a todos, dos mais novos aos mais velhos. Isso é possível se se privilegiar um *output* diverso de assuntos e géneros.

Sob o signo da diversidade, pode sublinhar-se o papel do SP na construção de uma Europa multicultural, o que tem sido realçado institucionalmente. Mas, pouco está definido ao nível da regulação, sobretudo na definição quantitativa de programas para minorias, que são inexistentes, ou encurralados em horários áridos, como explica Podkalicka (2008). A história do SP europeu tem tido mais a ver com as construções de identidades nacionais, do que com a construção de uma identidade plural europeia. Como explica Raboy (2003), o SP é tradicionalmente a imagem da nação e não do estrangeiro. Mas a globalização mudou o mundo. A livre circulação transformou a Europa. E o papel do SP, neste contexto, está aquém do seu potencial. Podkalicka (2008) usa como exemplo a SBS Radio e a SBS TV, canais australianos de SP, que emitem em mais de 60 línguas. Estes canais têm conteúdos locais e internacionais legendados, como forma de permitir o contacto com a diferença fonética da

¹¹⁸ Cf, Recommendation Rec (2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content (Adopted by the Committee of Ministers on 31 January 2007 at the 985th meeting of the Minister's Deputies).

língua. A Austrália é a o palco ideal para aferir as questões da multiculturalidade. E lá, a estratégia da SBS foi profícua:

"Not only do they show how PSM can be radically reimagined as multicultural, they also signal how a cosmopolitan approach to media provision can extend the reach and impact of a national institution and be a source of wider media and social change" (Hawkins, 2010: 296).

A questão da diversidade não precisa de ser ampliada ao nível da Europa. Em países com forte imigração, esta já era uma questão de grande relevância, sobretudo, antes das possibilidades tecnológicas criarem pontes diretas com o resto do mundo. Na Alemanha, por exemplo, existe uma tradição de programas de rádio emitidos pelo SP para comunidades de imigrantes, como a turca (Koshice, 2000). Porém, o acesso ao satélite, ao cabo e à Internet vieram permitir que estes grupos acessem diretamente aos conteúdos audiovisuais dos seus países. Atualmente, o SP continua a ser o principal produtor de conteúdos em língua estrangeira, mas a forma como encara a sua missão direcionada para as minorias étnicas tornou-se bem diferente da que foi implementada nos anos 60, como explica Kosnick (2000). Uma primeira fase pretendia orientar uma massa de trabalhadores estrangeiros aparentemente temporários. Essa atitude evoluiu para uma ajuda à integração, o que refletia uma intenção de construção social, ao invés da simples normatização da força de trabalho. Seguidamente, juntaram-se aos programas para imigrantes, programas sobre os estrangeiros, num incentivo à multiculturalidade. Posteriormente, passou a existir um incentivo à solidificação dos laços destes grupos às suas comunidades de residência (Kosnick, 2000).

A diversidade (em articulação com princípios de independência) está ligada à ideia do pluralismo, que é um conceito central para o SPRT (Wessberg, 2004). Como Terrington e Ashworth (2008) explicam, a expressão pode ser aplicada diversamente, referindo-se à diversidade de produtores, géneros, canais, conteúdos minoritários, proprietários, entre outros; pelo que, uma forma de compreender a importância do conceito é agrupar essas diferentes aplicações segundo a posição que ocupam na cadeia de valor mediática. Assim, pode aferir-se quantitativamente o que garante o pluralismo, mas também, em que níveis da cadeia ele é mais importante.

Idealmente, espera-se que a aplicação ao mercado da ideia de pluralismo possa traduzir-se em maior qualidade, resultante da competição; em diversidade de pontos de vista, devido ao número de intervenientes, em acesso melhorado, uma vez que os cidadãos podem escolher, e numa maior eficácia empresarial (Foster, 2008; Terrington e Ashworth, 2008). Efetivamente, o pluralismo pode levar a um incremento qualitativo, mas não só. A pluralidade de vozes pode conduzir a um investimento na criatividade e na inovação, como pudemos assistir aquando da liberalização dos mercados (Terrington e Ashworth, 2008).

d | Independência

A motivação política esteve na base da criação do SPRT. Embora partissem de convicções opostas, tanto os canais de SP, como os canais do estado em regime de monopólio (ou semi-monopólio), tinham uma natural justificação ideológica, o que se verificou pela Europa fora, sobretudo, na primeira metade do século XX. Excluindo alguns casos exemplares, o controlo estatal chegou a ser frequentemente defendido como uma forma de salvaguardar a liberdade de informação (Papathanassopoulos, 1990), o que, evidentemente, nem sempre acontecia.

O controlo estatal dos *media* foi e é uma evidência nas ditaduras, onde não existem rádios ou televisões públicas. No entanto, as sociedades democráticas começaram a colocar em evidência a necessidade de existirem *media* públicos isolados da influência governamental. Do necessário controlo sobre os *media* públicos, em nome da pluralidade, evoluiu-se, sobretudo, após a Segunda Guerra Mundial, para uma necessidade de distanciamento, em nome da credibilidade do SP (Nissen, 2006).

Porém, isso nem sempre aconteceu. O controlo político sobre os *media* públicos é um dos motivos maiores da crise de legitimidade do SP. Aliás, compreender os sistemas mediáticos sem conhecer a estrutura política é impensável (Croteau e Hoynes, 1997).

Na Europa, apesar da concetualização dos *media* públicos como algo equidistante do mercado e dos governos, a tradição tem sido, em muitos países, de proximidade para com o poder político (Corner, Schlesinger e Silverstone, 1998). A história da influência governamental é longa. Aliás, bastou ao poder político o vislumbre das potencialidades da rádio para além de uma simples tecnologia de comunicação pessoal, para que este se tornasse num meio ideologicamente apetecível.

O fim das pressões e influências diretas do poder político sobre a orientação quotidiana dos operadores públicos não aconteceu de forma generalizada na Europa. Muitos países tinham tradição de *media* estatais. De formas bem distintas, foram fazendo a transição para *media* de serviço público. Em regra, essa transição implicava objetivos e níveis de desenvolvimento social e democrático muito concretos. Nos países da Europa central e de leste, com a transição para regimes democráticos e a aproximação à UE foi feita essa transição. Mas, como já foi referido, numa primeira fase, tratou-se de um embuste administrativo. Os países (uns mais, outros menos) cumpriam o que as diretivas europeias aconselhavam, mas, na prática, a dependência efetiva da influência governamental continuava a existir. Mas isso não aconteceu só nestes países com larga tradição de *media* estatais. Espanha, Itália, Grécia e Portugal são exemplos frequentemente citados na literatura, pela influência direta do governo sobre os conteúdos do SP (Caffarel e Garcia de Castro, 2006; Hibberd, 2001; León, 2010; Sassoon, 1985), o que, efetivamente, se tornou numa dimensão idiossincrática desta região (Hallin e Mancini, 2004). Assim, nestes países, apesar de o SP estar já instalado, uma das faces da contestação de que ele é alvo é a sua falta de imparcialidade em relação à política. É por isso que, frequentemente, se fala de uma perda de autoridade do SP (Brants, 2003). O que nos mostram os casos

da Europa de leste, de Portugal, Espanha ou Grécia, é que o desenvolvimento da independência dos *media* públicos está intimamente relacionado com o desenvolvimento social e político do país. A estabilidade do SP depende da maturidade das democracias.

A independência é vista como a forma nuclear de legitimar a presença do SPRT no seio da sociedade. Idealmente, refere-se que deve haver transparência na relação entre o governo e o SP; que este último, deve prestar contas ao parlamento; e que deve existir uma almofada entre o poder político e a empresa (Price e Raboy, 2003). *Grosso modo*, estes são, igualmente, princípios que o público associa à missão do SP (ITC, 2001). Essa transparência, como já foi referido, tem sido uma preocupação crescente. A legitimação do SP implica que haja clareza na constituição, na missão, nos processos de nomeação e de contratualização (Banerjee e Seneviratne, 2005). Nesse sentido, há vários princípios que são estabelecidos pela UNESCO para a implementação de uma relação de independência, dos quais se destacam a total autonomia editorial, de gestão, financiamento e programação (Banerjee e Seneviratne, 2005).

Primeiramente, a separação entre o operador e o poder político está dependente da forma como são escolhidos os seus dirigentes e dos mecanismos organizacionais e operacionais que garantem a sua liberdade de ação (Banerjee e Seneviratne, 2005). A independência editorial depende, ainda, de códigos de conduta e ética profissional, de princípios e declarações internacionais, como a Declaração Universal dos Direitos do Homem, ou das várias provisões europeias aqui mencionadas, incluindo a jurisprudência. Existe, porém, o risco de uma atitude de afastamento perante a pressão política poder resultar numa certa arrogância, o que, claramente, é prejudicial para a credibilidade do SP (Banerjee e Seneviratne, 2005). Em vez de arrogante, o SP deve ser próximo. O pacto, que Nissen (2006) defende que deve existir entre a sociedade e o SP baseia-se, entre outras coisas, na confiança. E esse é um conceito que está intimamente relacionado com a ideia de independência perante o poder político. Efetivamente, só pode haver confiança num SP que habituou o público a ser credível.

Um serviço independente e diverso tem espaço para se constituir enquanto fórum aberto a todas as correntes de pensamento. Essa é, aliás, a questão estrutural mais importante neste âmbito: o equilíbrio entre a liberdade e a responsabilidade (WRTC, 2000); entre a autonomia e a prestação de contas (Nissen, 2006; Price e Raboy, 2003).

Não há apenas uma forma de garantir a independência do SP face ao poder político. Para compreender os vários tipos de relação entre o poder político e o SPRT, podem, aliás, ser identificados vários modelos. Autores como Mooney (2004) e Nissen (2006) propõem sistematizações com pontos semelhantes. Nesse sentido, identificamos um grupo de sistemas de SP baseados numa autonomia formal, nos quais existem mecanismos que tentam distanciar o operador do poder político, como acontece em Inglaterra ou na Alemanha. Em sistemas de SP intermédios, a política está presente nos operadores através de representantes incluídos nas administrações, como na Dinamarca ou na Noruega. Há ainda, neste âmbito, sistemas baseados em representações proporcionais das forças políticas e, eventualmente, da própria sociedade. Noutra extremo, existem sistemas de SP nos quais a

política se sobrepõe aos operadores, podendo a maioria ter um papel ativo nas suas decisões, o que tradicionalmente é associado a países como a Grécia, ou, mais recentemente, a Portugal¹¹⁹.

Vejamos, pois, alguns desses exemplos (Mediadem, 2010; Valente, 2009a - 2009f; Valente e Azevedo, 2009; Machet *et al.*, 2009) retratados em alguns países europeus.

O modelo alemão baseia-se numa ideia de representatividade social. Desde logo, existe a particularidade de o país ter várias regiões, cada qual com autonomia em assuntos culturais (incluindo a radiodifusão). De forma genérica, podemos apresentar em conjunto os modelos existentes na ARD (e nos seus canais estaduais) e na ZDF. Existe um conselho de radiodifusão independente, que é composto por representantes políticos e de grupos sociais e económicos. A esse conselho cabe a direção genérica das linhas estruturantes das estações, bem como a eleição do conselho de administração e do diretor-geral. Esse órgão zela pela pluralidade dos conteúdos da estação. Ao conselho de administração (CA) cabe a gestão económica e de recursos. Ao diretor, que responde perante o conselho de radiodifusão, cabe a orientação editorial e programática. Existem regulações diferentes para os sistemas privado e público. A regulação do SP é interna e está a cargo de órgãos independentes do poder político e representativos da sociedade.

Na Dinamarca, a rádio e a televisão públicas têm CA nomeados pelo governo, pelo parlamento e, minoritariamente, pelos trabalhadores. A eles cabe a nomeação do diretor-geral executivo e restantes direções, bem como a definição da orientação das estações e o cumprimento das suas obrigações. O CA é apoiado por conselhos consultivos de programação (maioritariamente, representantes da sociedade), que monitorizam o desempenho das estações e se pronunciam diretamente ao CA sobre as opções dos canais. Existe uma entidade reguladora independente, chamada Radio and Television Board, que afere o cumprimento das obrigações regulamentadas das estações.

Em Espanha, a direção da RTVE assenta na ação executiva do CA. É a este órgão que cabe a direção da programação e a administração da empresa. Cabe-lhe, também, a nomeação dos diretores. A composição do CA é ditada pelas Cortes Generales, nomeadamente, através do Senado e do Congresso e, minoritariamente, pelos trabalhadores da empresa. As personalidades indicadas, com currículo relevante, têm de ser aprovadas em audiência pública por dois terços da respectiva câmara. Existem, ainda, dois conselhos consultivos. Um de apoio ao CA, outro para discussão interna de questões jornalísticas.

Em França, o parlamento regulamenta o SP depois de o governo definir as políticas. O conselho superior do audiovisual, que é um órgão independente, monitoriza tanto os operadores privados como os públicos e elege alguns dirigentes destes últimos. O modelo francês tem por base o CA, que dirige tanto a rádio como a televisão públicas. A televisão pública tem um CA que distribui recursos entre

¹¹⁹ Sobre os modelos de governação, cf. Carvalho (2009).

canais, e cada canal tem um CA próprio, responsável pela sua direção executiva. Todos eles são nomeados pela Assembleia Nacional, pelo Senado e pelo Conselho Superior do Audiovisual. No caso do primeiro CA, não existe necessariamente uma maioria ligada ao governo; existe, aliás, um número significativo de representantes de outra natureza, nomeadamente, do mercado audiovisual, da sociedade, ou das colónias francesas. No caso da rádio, existe um CA com representantes, do governo, da assembleia nacional, do conselho superior do audiovisual e dos trabalhadores. Na televisão existem provedores dos canais.

A grega ERT tem um conselho de administração com uma maioria de elementos nomeados pelo governo. A ligação ao poder político reflete-se na alteração do CA, sempre que há mudança governamental. O conselho nacional para a rádio e televisão (NCRTV) é a entidade reguladora independente que supervisiona o sector. Os seus membros são nomeados pelo parlamento. O NCRTV exerce "immediate state control" (Phillipos *et al.*, 2009: 151) sobre os media.

No caso italiano, a direção executiva da RAI é feita pelo CA. A composição do órgão é definida por uma comissão parlamentar e pelo governo. Recentemente, foram criados um conselho científico com maioria de membros não eleitos por estruturas políticas, que mede a qualidade e a eficiência da empresa, e um conselho misto de carácter consultivo. Existe uma participação da sociedade na elaboração do contrato de concessão, através de uma discussão no congresso.

O modelo da BBC é complexo. Quem dirige a corporação de acordo com os objetivos fixados na Royal Charter (o documento que fixa as obrigações) é o BBC Trust, um órgão com independência operacional, que define a direção da corporação e afere o seu desempenho, em função dos interesses de quem paga a taxa. É composta por representantes de cada país do Reino Unido e por elementos indicados pela Rainha e tem a seu cargo a eleição de um conselho executivo. Esse conselho põe em prática as linhas definidas pelo BBC Trust. Existem ainda comissões ligadas aos cidadãos, ou de carácter religioso, que representam e fazem ouvir junto da BBC a opinião da sociedade civil. Embora muita coisa seja regulada internamente, o *output* comercial da BBC é, atualmente, regulado pela OFCOM, o regulador geral do mercado, que também tem a seu cargo algumas questões específicas do SP inglês.

Na Noruega existe uma entidade geral que regula o sector, mas a Allmennkringkastingsradet é o órgão responsável pela regulação dos media públicos. Esse órgão tem uma função de aconselhamento perante o ministério da cultura, que tutela o sector. É nomeado por esse mesmo ministério e é composto por personalidades com experiência profissional. A NRK é uma sociedade anónima. Tem um conselho de administração, cuja maioria dos membros são eleitos pelo governo, no entanto, tem também elementos eleitos pelos trabalhadores da empresa. O CA nomeia o diretor-geral. Existe um conselho de radiodifusão. Trata-se de um órgão externo consultivo que reflete as opiniões da sociedade, com membros nomeados pelo parlamento e pelo governo.

Em Portugal, a RTP é uma sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos. O seu único acionista é o Estado, o que, legalmente, leva à dispensa da convocação de assembleias gerais. A assembleia geral é responsável pela eleição do CA, do fiscal único e dos provedores da rádio e da

televisão. A nomeação dos provedores é sujeita a um parecer vinculativo do conselho de opinião, que representa a sociedade civil. Existem contratos de concessão de rádio e de televisão. A acusação de partidarismo e subserviência política é tradicional em relação aos *media* públicos, em Portugal. Evidentemente, tal juízo só tem validade académica se tiver por base um estudo científico, ou se for relatado por intervenientes diretos no processo. Não cabe no âmbito da nossa abordagem qualquer tentativa de aferir através de análises de dados uma maior ou menor intervenção do poder político na RDP ou na RTP. Cabe, porém, a citação de individualidades ligadas às direções da rádio e da televisão públicas, bem como de políticos ligados à tutela. As referências recolhidas e incluídas no nosso estudo empírico apontam para a continuação da ligação da rádio pública ao poder político, na senda do que havia acontecido com a rádio oficial. Tal como aconteceu com a televisão, essa foi a sua marca durante muitos anos, como explica Arons de Carvalho: “a sua tradição não é a da isenção e do rigor, mas de uma continuada subordinação ao poder do momento” (2002:65).

Desenvolvimentos recentes relativos à reestruturação do sector público de comunicação social, em 2011, levam-nos a enquadrar claramente o caso português no âmbito dos operadores sob forte influência governamental. No entanto, essa apreciação está já fora do âmbito cronológico deste trabalho.

Sistematizando, podemos identificar, de acordo com um modelo básico estruturado para um funcionamento saudável de relação entre o estado e o SPRT, quatro tipos de intervenientes (Nissen, 2006): 1) o parlamento, do qual se espera uma abstinência de influência direta sobre o operador público na sua atividade quotidiana, pode participar na constituição da administração e deve avaliar um relatório anual sobre o desempenho do operador; 2) o governo é a entidade com a qual o operador assina o contrato legal de prestação e do qual se espera uma saudável distância; 3) o elemento intermédio, denominado por Nissen de *board of governors*, garante, num sistema ideal, essa distância entre o governo e o operador; a composição deste organismo deve idealmente, ser resultado da intervenção do governo, do parlamento e da sociedade; 4) por último, uma entidade reguladora, que é criada de acordo com as exigências europeias, e que tem a seu cargo a avaliação do cumprimento da missão do operador.

Na verdade, a realidade tenta ser o mais próxima possível de um ideal inatingível (Nissen, 2006). No dia-a-dia, segundo o autor (Nissen, 2006), é difícil controlar a influência ou tornar públicas as tentativas de influência política.

e | Diferenciação

Um princípio que ganhou força com os anos, foi o da diferenciação. Isso aconteceu quando o SP começou a ter de justificar o seu financiamento face ao mercado, sobretudo porque, numa primeira fase de mercado misto, a estratégia de sobrevivência do SP passou pelo esbatimento da diferenciação. Se uma estação pública não se diferencia das suas concorrentes comerciais, então a sua entrada no

mercado nunca vai contribuir para suprir qualquer deficiência na provisão de conteúdos e vai aumentar a despesa pública sem acrescentar nada ao bem-estar social (Berry e Waldfogel, 1999). Aliás, está documentado que, em mercados maiores, a entrada de canais públicos temáticos afasta a entrada de congêneres privados, pelo que a diferenciação é um elemento que, claramente, afeta o mercado (Berry e Waldfogel, 1999).

No seguimento dos pontos anteriores, devemos reforçar que o SP é, desde logo, um serviço diferente, uma vez que não tem objetivos coincidentes. De acordo com a tradição europeia, o SPRT deve posicionar-se além do mercado, e associar-se a princípios de liberdade, ética e qualidade de programação. Deve diferenciar-se pela divulgação e pelo estímulo da identidade, da cultura e da produção nacionais. Deve ser reconhecido como um operador independente, universal e diverso, tornando-se por isso uma referência social. E isso, em última instância, é o papel do SPRT, como perpassa em todas provisões legais, através de referências à coesão social, à integração individual, ao combate à discriminação, ou à integração e à compreensão multicultural e religiosa.

Porém, a ação do SP só é efetiva se o seu estatuto do for referencial e a sua imagem for sinónimo de qualidade e confiança (Biltereyst, 2004; Wessberg, 2005). Idealmente, o SP deve ser associado a uma informação imparcial, independente, profunda e analítica. O *branding* dos operadores de SP passa pela manutenção, ou implementação, dessa imparcialidade como elemento diferenciador (Tait, 2008). Da mesma forma, a sua informação deverá diferenciar-se pela não-superficialidade. Porém, estas preocupações são mais fáceis de proclamar do que de implementar. Como explicam Lowe e Palokangas (2010), a construção da imagem de uma marca resulta da experiência do consumidor e não de anúncios. E a penetração do SP no novo contexto digital depende disso. Afinal, um dos principais critérios para a escolha de um *site*, no meio de todos os outros, é o facto de a marca ser conhecida e conceituada (EIAA, 2008).

Concluindo, o SP não deve fazer apenas o que os outros deixam por fazer, deve fazer o que faz de forma diferente (WRTC, 2000). E isso deve refletir-se na gestão da sua imagem: mantendo os seus elementos nucleares, enquanto evolui para novos posicionamentos (Lowe e Palokangas, 2010). É assim que o SP se diferencia do mercado. Mas, mais do que fornecer formatos distintos, o SP deve, como explica Jakubowicz, ser distinto "by virtue of the functions it performs and the value it brings to society - regardless of the genres and types of content used to perform those functions" (2010: 13).

f/ Qualidade

A discussão acerca da qualidade na difusão sempre foi de uma grande complexidade (Murrone e Irvine, 1997). Porém, como explicam os autores, é impossível pensar numa dimensão prevalente de qualidade. Ela deve ser reconceitualizada num constante diálogo entre produtor e recetor (Murrone e Irvine, 1997), tendo em conta as mudanças que os contextos operam em ambos. Ala-Fossi secunda essa mesma convicção:

"The idea of good quality - the relation between product characteristics and a set of values - is an ever impermanent result of continuous processes of transaction and assessment. Changes in the wants and needs characterizing the social, political and cultural environment, as well in the internal situation of the organization itself, will affect the status of quality culture and the definitions of good quality"(2005: 50).

A qualidade é um dos conceitos mais relevantes para o SPRT (Born e Prosser, 2001; Wieten *et al.*, 2000). Nesse âmbito, levanta-se, recorrentemente, a questão da importância da transmissão de conteúdos populares em oposição aos conteúdos de qualidade. Como já referimos anteriormente, Mejer (2008) aborda esta problemática e identifica um equívoco comum: conteúdos orientados para as audiências não têm de ser conteúdos orientados para o mercado. Isso parte de uma perspetiva segundo a qual a audiência corresponde ao mercado (McQuail, 1987).

O que acontece é que os operadores privados produzem para ser vistos, como forma de se financiarem e os operadores públicos transmitem para criar valor social. Como explica Ala-Fossi (2005), os primeiros estão preocupados com uma noção de qualidade orientada para a concorrência, ao passo que os segundos devem pensar a qualidade dos seus conteúdos direcionada para os benefícios sociais. Mas ambos têm de ser vistos ou ouvidos. Tal como já referimos, é contraproducente pensar apenas em cidadãos e consumidores (Mejer, 2008). De forma alguma o argumento da qualidade deve ser usado como desculpa para um fechamento elitista dos conteúdos do operador.

g | Conteúdos

Partindo destes princípios que, como explica Tracey (1999), devem libertar e não restringir o programador, podemos concluir, sistematizando os princípios operacionais mais importantes, relativos ao *output* dos *media* públicos (WRTC, 2000; Mooney, 2004):

- Informação imparcial, plural, com a profundidade necessária à efetiva compreensão dos fatos;
- Conteúdos transversais, que respondem a vários sectores e interesses da população; programação de interesse geral, que permite aos cidadãos abrirem os seus horizontes para além daquilo que, primordialmente os atrai;
- Utilização de novos *media*;
- Produção técnica e de conteúdos com altos padrões qualitativos;
- Conteúdos que deixem marca, sobretudo nos âmbitos educativo, cultural e de preservação do património;

- Produção de conteúdos que seja capaz de arriscar, de desafiar o público;
- Produção de conteúdos dirigidos a minorias (ao nível do gosto, da etnia ou da religião);
- Conteúdos que respeitem as diferenças, quer sejam linguísticas ou geográficas;
- Incentivo à produção própria, inovação e criatividade;
- Defesa dos conteúdos nacionais e da identidade nacional (nomeadamente através da construção de arquivos);
- Respeito pelos horários e mapas de emissão;
- Publicidade limitada.

É precisamente a utilização dos novos *media*, como já explicámos, que constitui o grande desafio que o SPRT tem em mãos. Naturalmente, alguns dos princípios acima referidos são desafiados neste novo contexto. É importante que haja uma reflexão sobre eles, de forma a que o SP possa superar a crise que o afeta.

III.2 | A SEGUNDA CRISE DO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO

Depois de termos situado como reflexo da abertura de mercado e do desenvolvimento tecnológico, regressemos, então, à crise do SPRT. Desta feita, para situar a sua natureza mais recente, bem como para a posicionar enquanto alavanca para a necessária reinvenção do SP.

Anos depois dos primeiros abalos, a crise do serviço público de comunicação social na Europa parece ter uma aparência menos inevitável e dramática do que a que já teve (Bardoel e d’Haenens, 2008a)¹²⁰. Afinal, o SPRT sobreviveu. Como já referimos, em muitos casos, desenvolveu-se e adaptou-se, mantendo os seus princípios e reorganizou-se estruturalmente, de forma a responder melhor às alterações sociais e de mercado (Søndergaard, 1996). Para compreender a crise que afetou o SPRT inicialmente, importa enfatizar as mudanças nos paradigmas culturais, sociais, tecnológicos e políticos que influenciaram a forma como o sector dos *media* evoluiu. Como explica Burgelman, há dois momentos fulcrais nesse processo:

“a first shift is one from cultural paternalism, whereby quality is considered a rare good that has to be offered to as many people as possible, to post-modernism where, since quality is whatever the consumer decides, it is therefore

¹²⁰ A este propósito, cf. Picard (2001). O autor defende, num estudo comparativo feito às televisões públicas dos países da UE, que o desempenho dos canais é muito relevante, sendo minoritários os casos em que o desempenho está abaixo do que seria expectável.

not scarce at all. (...) The second shift tends to be identified with what has been regarded as the crisis of western culture” (Burgelman, 2000: 59).

É assim que, como já referimos, o SPRT entra em crise com a elevação da importância do mercado e a convergência entre as indústrias audiovisuais e as telecomunicações (Murdock e Golding 1999:117). Os mercados abriram-se e os monopólios terminaram. Estabeleceram-se constrangimentos económicos, tecnológicos e políticos (Maherzi, 1998). O mundo em que os operadores de SP viviam foi, literalmente, virado do avesso e as pessoas passaram a identificar os operadores de SPRT com a burocrática administração pública. Deixaram-se levar pela perda de fé no papel do Estado (Garnham, 1990).

Mas, deve notar-se que esta fase de adaptação ao mercado liberalizado não constitui, exatamente, a crise que o SP atualmente enfrenta. Segundo Søndergaard (1996), vivemos agora um segundo momento distinto: a confusão entende-se pela ausência de um intervalo temporal entre os dois. Nesse sentido, poderão ser distinguidas duas crises no SPRT: a primeira crise, que remonta aos anos 80, como resultado do fim dos monopólios, e que – fruto de um processo de modernização e adaptação dos operadores – foi razoavelmente superada; e a segunda crise, que o SPRT vive atualmente, e que resulta da renovação do papel destes operadores após a sua entrada num novo ambiente multiplataforma (Søndergaard, 1996).

Um texto da época, porém, faz-nos pensar que a crise do SP tem mais coerência enquanto um *continuum*. Afinal, os motivos que Doglio identifica para a crise, em 1981, podiam ter sido descritos agora: a crise inflacionária; o desenvolvimento tecnológico e o alargamento do mercado; a dificuldade de o SP se adaptar ao despontar de novas necessidades do público; e a crescente tentativa de o poder político estender a sua influência aos operadores privados, como forma de manter o controlo (1981: 149-150).

Sistematizando, a crise do SP herdeiro da tradição europeia traduz-se, atualmente, na incerteza perante a forma como se vai definir a abrangência da sua missão (complementar ao mercado ou compreensiva); a escolha do modelo de organização (que pode ir da clássica estrutura centralizada à distribuição da missão por outros operadores); e a definição do tipo de financiamento (taxa, publicidade, auxílio estatal ou novas formas de receita) (D'Haenens *et al.*, 2011: 189). Como já pudemos parcialmente conferir, não é claro como o SP ultrapassará estes obstáculos. As respostas à problemática decorrente do alargamento da sua missão numa era de vanguarda tecnológica só reforçam essa incerteza. Chalaby e Seggel (1999), que analisam o futuro do SP dentro do quadro teórico da sociedade de risco (Beck, 1992; 1995), afirmam que o papel do serviço público neste novo contexto digital será, inevitavelmente, enfraquecido. Os autores explicam essa futura debilidade com três ordens de razões. Por um lado, o sector privado tem à disposição maior conhecimento e experiência tecnológica, o que o transforma num poderoso oponente. Por outro, a digitalização resultou num incremento da dimensão comercial da televisão pública. Além disso, o possível fim do

acesso universal mina um dos princípios base do SP (Chalaby e Segell, 1999). Naturalmente, a estes argumentos, podemos ainda acrescentar os crescentes cortes na capacidade de despesa dos operadores públicos.

III.2.1 | SAÍR DA CRISE E ADAPTAR-SE: REFLEXÕES PARA UMA ATUALIZAÇÃO DO SERVIÇO PÚBLICO

Se analisarmos documentos¹²¹ feitos mais de duas décadas após as primeiras definições sobre o SP, encontramos a mesma coluna vertebral. Encontramos palavras e ideias-chave que deram forma ao *ethos* do SP tal como o conhecemos hoje, e que ainda se mantêm: democracia, direitos humanos, cultura, pluralismo, universalidade, acessibilidade, referência, igualdade, fórum de discussão, inovação, variedade, qualidade, protecção de grupos minoritários, não sujeição à luta pelas audiências, reflexo da multiplicidade social, independência e credibilidade. Todos os clássicos objetivos funcionais do SPRT mantêm-se válidos na SI, no entanto, a sua operacionalização passou a ter em conta os novos contextos. É uma nova Europa e uma nova sociedade, entretanto, erguidas. Os *media* públicos surgem como instrumento de integração, num contexto de globalização e abertura de fronteiras, e há uma clara preocupação com uma identidade (plural) europeia. Tecnicamente, a realidade é outra. Mas, claramente, pode falar-se de uma apropriação e reaplicação de princípios e valores do SP (Harrison e Wessels, 2005). Elizabeth Jacka, considera pouco útil esta retórica em torno das bases do serviço público: “it is time to stop taking rethorical positions in wich PSB is given some universal defense in terms of a list of unchanging principles” (2003:188). Porém, o que se tem verificado é que a retórica, mais do que imutável, tem impulsionado uma adaptação. Isto é, os princípios maioritariamente, mantêm-se, mas com leituras diferentes ou complementares:

“Digitalisation profoundly alters the economics and distribution areas of television, but it neither shifts the policy objectives or core principle that broadcasting is a merit good that has the potential for positive externalities that are difficult to measure” (Ward, 2006: 61).

As reflexões seguintes mostram como o contexto atual oferece oportunidades, mas sobretudo desafios, para o SPRT.

¹²¹ Cf. Recommendation CM/Rec (2007)3, de 31 de janeiro de 2007.

a / Uma universalidade repensada enquanto multiplataforma

O debate em torno da reinterpretação de alguns desses princípios exemplifica alguns dos desafios que o SP tem de ultrapassar. Os ideais de universalidade e acesso têm sido, ultimamente, afrontados pelas novas tecnologias, tal como aconteceu ao longo da história dos *media*. Face à crítica dos privados, os operadores de SP argumentam que a Internet faz parte de uma visão atualizada da universalidade na sua missão (Hills e Michalis, 2000). Naturalmente, o acesso à Internet ainda é dependente, sobretudo, de fatores etários, económicos e sociais, mas o seu crescimento é inegável na primeira década do novo milénio (Taborda, 2010). Perante uma audiência segmentada e com novos hábitos, o SPRT percebeu que só permanece relevante se chegar às pessoas e, para isso, deve pensar em diferentes plataformas que abarquem diferentes públicos. Por isso, mais do que o *share*, o SPRT, em alguns casos, dá prioridade à penetração na audiência. Essa é, aliás, uma questão antiga. Nissen (2006) e Rumphorst (2004b) explicam que, se o SPRT não conseguir uma boa penetração na audiência, então não conseguirá constituir-se como fórum, como praça central, ou elemento de coesão, que deve ser (Bardoel e d’Haenens, 2008b). Desta forma, alguns operadores públicos mudaram a sua forma de chegar às grandes massas: “PSB can only play its role as a binding force in society if it manages to keep its mass appeal ‘not for all the people all of the time but for all the people some of the time’” (Bardoel e d’Haenens, 2008a: 352). E esta máxima não deve ser vista apenas como aplicável aos conteúdos. Ela aplica-se, igualmente, às plataformas. A solução adotada tem passado por uma diversidade vertical (através de canais generalistas) e uma diversidade horizontal (através de canais de nicho) (Harrison e Woods, 2001).

Os detractores da expansão do SP consideram que a dimensão não-excludente do serviço público é contradita pela natureza de novas plataformas. O principal argumento refutador desta posição não resulta só do necessário acompanhamento das mudanças no consumo. É o mesmo dilema que assola a portuguesa Antena 2, cujos ouvintes ainda não têm um estilo de vida digital. O que acontece é que a rádio clássica não pode dar-se ao luxo de não embarcar na internet, sob pena de perder toda a relevância no futuro. Além disso, embora haja ainda incertezas no sector da rádio, há um processo de *switchover*, em curso na UE (Van den Bulck, 2007). Como justificar um SP que não esteja inserido no novo contexto resultante do *switchoff*? Raboy, na mesma linha, adota uma posição legitimadora do modelo alargado do SP, com base na sua missão maior:

“The primary purpose of a public broadcaster is to do what no other mainstream media institution can be expected to do, and that is: put aside the interests of the state and commercial investors and work to promote democratic practices. In the new media environment, it must do this by being at the cutting edge; it must make itself indispensable to anyone who wants to be informed, educated and

entertained. And as we move towards a post-broadcasting environment, it must think of itself as a full-service public communicator” (2008: 364).

Mesmo a natureza plural e livre da internet não exclui a importância da intervenção do estado, quer através da regulação, quer da definição da missão do SP (Hoffman-Riem, 1997). É que o acesso à banda larga não resulta obrigatoriamente num acesso livre a tudo aquilo de que os utilizadores precisam. Há questões de acesso técnico e de conteúdo que, numa sociedade que privilegia a liberdade de acesso, devem ser acauteladas através de regulamentação (Foster, 2008). Por outro lado, a procura de informação credível na profusão de conteúdos da internet pode ser como procurar uma agulha num palheiro. Por isso, mesmo com recurso às novas plataformas, o desenvolvimento da sociedade democrática passa pela existência de produtores fiáveis de informação independente, tal como a que pode ser fornecida pelos operadores de serviço público (Nissen, 2006). A qualidade da informação do SP pode ser uma forma de equilibrar a oferta disponível. Seaton (2008) explica como o exacerbamento emocional da informação foi aplicado como remédio para o défice de atenção de que começou a padecer a sociedade contemporânea. Assumiu-se que essa era a única forma de despertar as pessoas. Mas, na verdade não o é. Uma disseminação informativa em multiplataforma associada a uma boa credibilidade podem ser igualmente eficazes.

b | Impedir o envelhecimento do auditório

Os jovens representam a fatia do público que mais está a abandonar o SP. Não é esse o único motor dos MSP, uma vez que a mudança do comportamento dos consumidores está a alastrar-se a cada vez mais camadas sociais (Foster, 2008). Porém, a criação de um corte geracional na audiência do SP teria consequências dramáticas no futuro. Por isso, reveste-se de particular importância a resposta à mudança de hábitos dos jovens (Nissen, 2006). Esse é um dos principais desafios do SP. Porque é nos jovens que reside o mais acelerado processo de mutação nos hábitos comunicacionais e a mais intensa apropriação de novas tecnologias como parte da experiência quotidiana. Os telefones móveis são o vector principal desse processo (Castells, 2006). O seu preço acessível tornou-os parte da vida dos jovens, quer por razões práticas, quer pela sua dimensão simbólica (Thulin e Vihelmsen, 2007). E o mercado responde a essa demanda: o desenvolvimento tecnológico dos aparelhos acaba por ser largamente ditado pelas necessidades dessa camada (Thulin e Vihelmsen, 2007), com a introdução de leitores de mp3 ou acesso às redes sociais. Mas, voltaremos a esta questão, já dentro do âmbito da rádio.

Os novos hábitos dos jovens levaram Meneses a chamar-lhes a "geração iPod" (2008). Atualmente, os *media* sabem que para chegarem a eles, algo tem de mudar. Os jovens¹²², que cada vez menos ouvem a rádio, sobretudo a rádio analógica (EBU, 2007), têm um crescente consumo não linear, escolhendo a hora e o local de consumo, independentemente da plataforma que usam (Berry, 2006; D'Haenens *et al.*, 2011; Enli, 2008; Jakubowicz, 2006; Meneses, 2007). Fazem parte do novo perfil de consumidores que, ao invés dos tradicionais, são cada vez mais migrantes entre plataformas (Jenkins, 2004). Mas, a resposta a esta mudança implica redefinir estratégias estabelecidas em torno das expectativas dos ouvintes, dos modelos de negócio e da própria essência do meio.

Se, neste momento, a banda larga ainda cria uma divisão digital¹²³ baseada maioritariamente na atualidade, chegará um momento em que o seu uso será generalizado e fará parte de uma plena participação social. Nessa altura, o SP tem de estar lá. Isso mais não é do que a implementação do princípio da adaptabilidade de Rolland (Prosser, 2005). Tem de seguir as pessoas para os locais onde elas esperam que ele esteja (Bardoel e d'Haenens, 2008a; Thomass, 2003). Naturalmente, esse posicionamento será sempre motivo de debate: qual o momento em que este serviço deixa de promover a exclusão digital e passa a ser essencial a todos? A questão deve, naturalmente, ser recolocada. O SP deve posicionar-se de forma a que a sua presença nas novas plataformas seja inclusiva e não exclusiva. Uma promoção didática nas plataformas tradicionais, das vantagens e procedimentos dos novos serviços, pode ser um enorme incentivo para a migração de muitos consumidores.

O que se tem verificado é que o SPRT tem tentado colocar-se nas várias plataformas. Primeiramente, os conceitos de acessibilidade ou universalidade foram afrontados por esta mutação, como já vimos. Mas, o perigo de o SP não embarcar nas novas plataformas é o estreitamento do seu público alvo àqueles que não as usam. E a internet representa o futuro dos *media* (Ridinger, 2009).

A nova cidadania trouxe consigo um processo de expectativas generalizadas em relação ao que os *media*, nomeadamente, a internet, devem conter (Margetts, 2008). E, como explicam Bardoel e D'Haenens (2008), há cada vez mais pessoas que esperam que a informação lhes esteja acessível noutras formas que não os tradicionais canais generalistas abertos. Pode, por isso, pensar-se numa visão dinâmica da missão do SP (Moe, 2008a), segundo a qual, a universalidade do serviço é reinterpretada, tendo em vista o acesso a todas as formas de transmissão, incluindo os serviços personalizados (Thomass, 2003). Na verdade, não será mais do que uma superação de uma conceção do público ligada ao posicionamento tradicional do SP. Como explicam Glevarec e Pinet (2008: 233),

¹²² Para aferir esta tendência, igualmente verificável em Portugal, cf. dados da Marktest disponíveis em *Audiências de Rádio: Todos Diferentes?* [online]. [Acedido em 02 de abril de 2011]. Disponível em: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1746.aspx>.

¹²³ Sobre a divisão digital cf. Norris (2001).

em relação à rádio "audience is neither a 'general public' nor an 'average public', but a series of fragmented and intersecting audiences".

É essa a visão da União Europeia de Radiodifusão ou do Conselho da Europa, universalidade através do conceito de *full portfolio* (EBU, 2002). Uma cobertura eficaz e ampla passa, pois, por uma oferta de *cross media*: canais generalistas, temáticos, conteúdos *on-demand*, interativos, ou personalizados (Bardoel e d'Haenens, 2008a).

c | O SP como unificador

Existem ainda outros papéis para o SP que não são tradicionalmente incluídos na sua missão. No entanto, são papéis amplamente reconhecidos, na atualidade.

“These are the role of these broadcasters in preventing conflict and in helping to harmonize and soothe in the wake of conflict and the role of public service broadcasting institutions in nation-building and economic development” (Price e Verhlust, 2003:180).

Exemplos (embora em contextos e com resultados bem distintos) podem ser encontrados em Timor ou na Bósnia. Na verdade, a ideia da construção de um consenso, de uma reciprocidade ou compreensão mútua, como base para o Estado, esteve sempre presente na ação dos *media* estatais e mesmo públicos, como referem Crawley (1999) e Born (2004). E esse papel foi importante em períodos de pós-guerra ou independência, como nos casos do Sri Lanka, ou do Paquistão, ou ainda na Serra Leoa. É por isso que o Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas, assume o SP como prioritário nestes contextos (UNDP, 2004).

O caso da Bósnia e Herzegovina é um bom exemplo da ação internacional que resultou numa reestruturação do sector mediático, implementando um sistema dual com regulação independente, pesem embora as grandes resistências políticas e culturais à mudança (UNDP, 2004).

O SP pode ser fulcral em situações como estas, contribuindo para a construção da identidade nacional. Mas isso só acontecerá se não se ignorarem os fatores históricos, sob pena de, em certas alturas, a ação do SP ser considerada despropositada e atentatória da diversidade ou da liberdade (Crawley, 1999). De facto, esse papel do SP será, sobretudo, de mediação das diferenças, de forma a construir (e não impor) um consenso social que se baseie na multiplicidade (Raboy, 1997). Tome-se o caso sul-africano como exemplo. Após o final do Apartheid, os audiovisuais públicos, tal como os privados e comunitários passaram a ter obrigações de promoção da diversidade (Banerjee e Seneviratne, 2005).

d | O SP como fonte de poder: da transmissão à participação

Podemos partir da ideia de reinvenção do incentivo à participação, como herança do ideal de comunicação democrática que Brecht (2005) defendia para a rádio. O empoderamento do cidadão passa pela capacidade de fazer ouvir a sua voz e a sua presença no SP. Essa possibilidade não existe da mesma forma quando nos referimos a um SP com uma atitude mais paternalista, uma vez que esse posicionamento resulta em organismos mais fechados. Menos ainda acontecerá num *medium* estatal, cujos ideais de acessibilidade e abertura à participação são bem diferentes dos de um SP.

A forma como o SP tem dado espaço à opinião e à influência dos cidadãos tem assumido várias formas. Como já vimos, em alguns países, existem associações de ouvintes, que monitorizam e conseguem ter alguma influência na programação. Mas a participação do público pode, igualmente, ser efetivada através da participação na gestão do operador, o que acontece em sistemas que possuem organismos baseados na representatividade social. Podemos, igualmente, referir que a adoção nos *media* públicos da figura do provedor, não tem como único fim a elevação da credibilidade do operador. Esta estratégia resulta na possibilidade de aproximar os cidadãos da estação, ao ser-lhes dada uma possibilidade muito direta de fazer as suas queixas (Banerjee e Seneviratne, 2005).

Por último, existe a forma mais visível de participação no espaço público, a possibilidade de ter voz efetiva nos conteúdos do SP. Num ambiente multiplataforma, muitos operadores públicos têm usado as novas potencialidades participativas da internet (Moe, 2008b), por exemplo, em articulação com conteúdos transmitidos nas plataformas tradicionais, cujo potencial comunicativo é assimétrico. Bracken e Balfour (2004) chamam-lhe a interatividade de serviço público, um processo comunicacional de dois sentidos. Esta ação faz parte da estratégia de legitimação dos operadores públicos que, desta forma, atualizam a operacionalidade deste clássico pilar e podem continuar a incorporá-lo no seu discurso (Enli, 2008; McNair e Hibberd, 2003; Moe, 2008b). Mas, por outro lado, esta estratégia mostra como uma nova relação comunicacional se está a desenvolver no seio dos operadores públicos que, durante bastante tempo, desconsideravam a participação pública nas suas emissões. O canal generalista da rádio pública em Portugal tinha, até cerca de 2003, pouco espaço para que o ouvinte pudesse participar. Uma das alterações da programação mais notadas à época foi a introdução de espaços de *phone-in* diários nas emissões nacionais e regionais. Mais tarde, o conceito foi levado mais longe com a criação de um programa intitulado “A Rede da Rádio”, no qual são transmitidos conteúdos produzidos pelos ouvintes, através de uma articulação forte com a rede social Facebook. O que há de interessante aqui é o passo em frente em relação aos conteúdos de *phone-in*, nos quais os ouvintes são sempre meros convidados. Trata-se de uma possibilidade de, efetivamente, esbater as posições tradicionais. Estes princípios de acesso e incentivo à participação são essenciais quando se constata que vivemos uma era de menor participação democrática dos cidadãos (McNair e

Hibberd, 2003). A tendência geral de desengajamento social e político é muito visível, sobretudo na abstenção em eleições e referendos, na falta de confiança perante a classe política e na militância política em geral (Coleman, 2004; Hibberd, 2003). Nesse sentido, importa realçar as potencialidades trazidas pela internet e pelos telefones móveis, bem como o aproveitamento das novas plataformas pelos operadores públicos para participar e, também dessa forma, escrutinar o desempenho dos políticos como até agora não era possível (McNair e Hibberd, 2003).

“In an era of transnational corporate dominance and decline of the powerful nation-state, it does have the capacity to act as a community watchdog and provide a forum (global/national/local) for public activism and public participation” (Banerjee e Seneviratne, 2005).

Mas, mais do que isso, estamos perante a possibilidade de uma resposta mais direta e próxima face às opções dos políticos, bem como de um instrumento de mobilização (Coleman, 2004). No entanto, como já foi referido, a tecnologia é ideologicamente neutra, pelo que o investimento neste potencial democratizante deve ser efetivado ao nível do seu uso (Coleman, 2004). Por isso, a releitura, no âmbito multiplataforma, do estímulo à participação democrática, está a ser incorporada na renovada retórica do SP (Enli, 2008).

O conceito de democracia representativa tem na sua base dois pressupostos. Existe uma esfera pública dinâmica, que é um espaço aberto onde a discussão é igualitária e livre, e existe uma sociedade civil composta por diferentes esferas, regida por um princípio de igualdade (Gimmler, 2001). A forma como a internet pode potenciar o funcionamento destes dois conceitos tem sido um tema particularmente abordado no meio académico (Gimmler, 2001; Hibberd, 2003; Spinelli, 2000, entre outros).

Na verdade, não cabe neste trabalho qualquer aprofundamento ao tema da esfera pública. Porém, importa-nos partir desta última ideia, situando-a no contexto da política europeia dos últimos anos: ou seja, até onde podem ir os MSP para tornar os cidadãos parte de uma construção europeia, e aproximá-los dos centros decisórios. Primeiramente, importa referir que existe entre os conceitos de esfera pública e de serviço público, a partilha de uma dimensão medular que resulta da sujeição ao interesse público (Thomass, 2010). Isso faz do SP o instrumento ideal para essa aproximação (Thomass, 2010). Seguidamente, importa fazer uma ressalva. A existência de políticas europeias no sector audiovisual está intimamente relacionada com esse princípio da ideal existência de um espaço comunicacional que extravasa o estado-nação. Porém, esse espaço não existe. O estudo de Koopmans e Erbe (2004), mostra

que não é evidente que haja uma esfera pública europeia. O próprio Habermas afirmou essa não existência, em 2006¹²⁴.

Fossum e Schlesinger (2007) distanciam-se da conceção de uma esfera pública europeia à imagem de uma esfera pública nacional aumentada, mesmo que a UE adote um caminho mais federalista. O que se passa, segundo Baisnée (2007), é que a conceptualização da esfera pública europeia tem sido enviesada: quer assumindo que a dimensão política da UE se constrói necessariamente através de uma esfera pública, e que a sua inexistência conduz ao desengajamento político; quer fazendo corresponder a ideia de esfera pública ao conjunto de *media* dos vários estados e à totalidade dos seus cidadãos (2007:495). Assim, a esfera pública europeia é, ao contrário destas assunções, sectorial, (uma vez que nem todos têm o mesmo grau de interesse nos assuntos europeus, porque nem todos são por eles afetados da mesma forma); socialmente seletiva (embora não de acordo com critérios económicos; os agricultores, por exemplo, devem ser particularmente ligados a estas questões); e não circunscrita a atores nacionais de países da UE (basta referir o exemplo do Financial Times).

Na prática, Eriksen (2005) explica que esse espaço comunicativo comum não existe porque falta uma ligação entre o debate público e a esfera decisória. Por outro lado, Preston identifica uma teimosia no sector dos media, que mantém como dominante uma perspetiva nacional dos assuntos europeus (2009). Thomass (2010) também constata a dimensão periférica desses assuntos nos *media*, o que se traduz numa acentuação da distância entre os centros decisórios e os cidadãos. É isso que está em causa. Por isso, o realinhamento ideológico necessário ao novo SP deve, segundo Sarikakis (2010), incentivar a uma consciencialização da parte dos cidadãos, de que os seus problemas quotidianos podem não ser apenas locais. A emancipação participativa e a abertura de horizontes são as principais possibilidades que o SP na era digital pode fornecer, para que esse incentivo aconteça. Esse é, a curto prazo, o papel do SP. Segundo Corcoran, é ainda cedo para pensar além daí:

“for those who dream about the emergence of a European public sphere, with a transnational media system capable of generating a simultaneous discussion of European issues across member states within a shared European frame of reference settling for a PSM system that aims primarily to empower civil society against elite consolidation may have to be the default option for some time to come” (2010: 85-86).

Pensar o espaço público da UE enquanto estrutura supranacional é menos credível do que uma conceção baseada numa multiplicidade de espaços e públicos nacionais (Schlesinger e Fossum, 2007).

¹²⁴ Cf. HABERMAS, J. 2006. Construire une Europe politique. *Le Monde*, 27 de dezembro de 2006 [online]. [Acedido em 12 de novembro de 2009]. Disponível em: http://www.re-so.net/IMG/article_PDF/article_3436.pdf.

E é nesse contexto que o SP deve estabelecer fluxos de informação com alcances e direcções diferentes dos que existem: explicando e aproximando.

e | Reinterpretar a diferença: capitalizar a distinção como uma estratégia de branding

A aposta na diferenciação do SP pode constituir-se como uma arma poderosa. A relevância futura do SP passa, igualmente, por essa estratégia que já referimos: a gestão da imagem do operador enquanto organismo central na organização democrática e diferenciado na era multiplataforma. Ou seja, pela capitalização de uma imagem de confiança que, em muitos casos, foi começada a construir há várias décadas, é uma enorme mais-valia enquanto fator diferenciador e legitimador do SP.

A construção de uma marca diferenciada pode ser atingida através de uma estratégia combinada de programação, enaltecimento dos clássicos valores associados à confiança, dentro do *ethos* do SP e através da implementação de um discurso auto-legitimador (Biltereyst, 2004). Porém, importa perceber até onde pode ir o aproveitamento desse valor-acrescentado que pode ser a marca. Para isso, vale a pena ter presentes as lições que nos chegam dos EUA e da sua televisão pública (PBS). A inconstância do seu financiamento público e a sobrevivência às ameaças dos anos 90, levaram a PBS a reposicionar-se no mercado, como explica Hoynes (2003). A estratégia passou pela rentabilização da marca e do valor que lhe estava associado, bem como do seu público fiel. O conceito PBS estendeu-se à indústria discográfica, a parcerias e estratégias com privados, ao licenciamento do selo PBS para iniciativas, a novos canais e plataformas, entre outras opções. O produto “serviço público” foi rentabilizado, destacando pontos positivos que lhe eram tradicionalmente associados: qualidade e um público culto. Passou a ser comercializado no mercado, competindo com o que os outros operadores têm para oferecer. Embora isso tenha trazido lucro à PBS, o serviço público começa a perder legitimidade para receber fundos estatais. Mais ainda: parece cada vez mais difícil rever a ideia de serviço público nesta estratégia de comercialização (Hoynes, 2003).

Com efeito, a gestão da imagem do operador, baseada no *ethos* do serviço público, é uma estratégia cada vez mais adotada. Sobretudo, quando o operador público tem uma parcela de audiência culta, fiel e com poder de compra, como no caso alemão (Meier, 2003). O *branding* do operador público, com um enorme acervo de tradição para capitalizar, passa igualmente pela adequação e modernização da sua estrutura. Um operador desproporcionado, ou entendido socialmente como tal, é alvo fácil para acusações de despesismo.

Para Jakubowicz, estamos a falar da uma terceira fase da vida do SP. Depois do modelo paternalista e da evolução para um modelo emancipatório e democratizante, é a vez de um modelo baseado numa nova parceria com a sociedade:

“The redefinition of PSM can only take place as part of a shift to a combination of civic and direct democracy. Civic democracy (often called also ‘deliberative democracy’) is based on the proposition that any healthy democracy should be characterized by the active involvement of citizens in formulating opinions and representing certain shared interests, especially at a local level. Solutions typically call for the media to provide increasingly relevant and higher quality information and news, to open their channels to more voices, to listen to the concerns of citizens and reflect them, and to play an activating role on citizenship issues. In turn, direct democracy assumes that there should be media channels available that allow all significant voices and claims to be heard, especially where they may be ignored by established elites” (2008: 24).

Ou seja, a relevância do SP pode resultar de uma renovada relação com a sociedade e com as suas instituições (Jakubowicz, 2010). Tome-se como exemplo a abertura à sociedade civil do segundo canal da RTP, no qual passaram a ter voz diversas instituições¹²⁵. É uma redefinição do conceito de pluralidade (Jakubowicz, 2010).

Como Tambini afirma, fazendo eco das palavras do antigo diretor da BBC, Huw Wheldon, o serviço público terá de continuar a sua tarefa: “focus on making the good popular as well as making the popular good” (2004: 58). Isso vai permitir-lhe ter uma penetração suficiente para se manter relevante. Mas a era multiplataforma permite uma nova atitude perante o velho antagonismo entre as atitudes paternalista e comercial. Ela resulta, efetivamente, de uma mudança nos fluxos de distribuição e nos padrões de consumo. Ward explica como a colocação de produtos mais populares era estratégica, num modelo de transmissão baseado no fluxo, porque permitia captar espectadores e mantê-los noutros conteúdos mais diferenciados (2006). Dessa forma, a opção do operador era justificada, porque a programação valia pelo seu equilíbrio de conjunto, e importava que o SP tivesse um bom índice de audiência (Ward, 2006). Mas, à medida que o modelo de consumo evolui para um consumo não linear baseado em unidades, essa lógica desmorona-se (Ward, 2006). Ou seja, os modelos *on demand* ou interativos podem fazer parte de uma aposta diferenciadora do SP, aumentando os produtos de qualidade nas novas plataformas (Nissen, 2006). E isso pode trazer e fidelizar mais público, sem afastar o que já existe. Dessa forma, o SP poderá manter uma audiência suficiente para se considerar que gera valor social.

No caso do SPRT, a medida da “audiência suficiente” pode traduzir-se de várias formas, para além do *share*. Um canal pode ser considerado útil por uma grande parte da população; pode ter menos espectadores do que os concorrentes, mas ser considerado mais interessante; pode ter uma audiência

¹²⁵ Muito embora a raiz desta alteração tenha sido económica e não concetual.

maior do que a concorrência apenas em determinado tipo de programas que são deficitários na oferta comercial; ou pode conseguir chegar a grupos específicos que têm dificuldades de acesso de alguma ordem (Souchon, 1995). A dimensão da audiência dos canais de SPRT é, frequentemente, mal enquadrada e pode ser mal utilizada enquanto argumento, se não tiver em conta os objetivos do operador, que nem sempre têm de resultar numa fatia considerável do *share* em *prime time*. Critérios qualitativos devem, igualmente ser tidos em conta.

Na verdade, como explica Raboy (1997), os objetivos ligados ao desenvolvimento democrático nem sempre são atingidos com maior eficácia através de transmissões de massa. A diversidade de plataformas e de meios potenciou a capacidade de o SP se dirigir a públicos mais restritos. E, em alguns contextos, já se tinha constatado que o SP deveria usar formas de transmissão de reduzida escala, tal como acontecia com os canais locais e regionais. Os novos modelos comunicacionais representaram uma oportunidade para potenciar essa estratégia democratizante, que não pode ser confundida com baixa relevância no mercado.

Se recuarmos a meados dos anos 90, reconhecemos na ação de John Birt, o diretor da BBC à época, o reflexo da preocupação de manter a BBC relevante perante as mudanças no mercado. Foi nesse sentido que os serviços *online* avançaram como o terceiro braço do SP, a par com a rádio e a televisão. Mas nem todos os operadores ou estados têm essa posição. Para Ariño e Ahlert (2004), não há dúvidas acerca da futura relevância do SPRT. Mas isso só pode ser conseguido se houver uma superação do posicionamento tradicionalmente associado à difusão¹²⁶. O problema é que, segundo estes autores, a forma como pensamos nos modelos de SPRT é anacrónica. Isto porque, embora os operadores sejam digitais, uma parte considerável dos cidadãos ainda é analógica (Ariño e Ahlert, 2004:398). O próprio vocabulário associado à prestação do SP está limitado por conceitos que podem vedar a sua expansão, como é o caso de “grande público”. Importa perceber, não só as alterações tecnológicas, mas as mudanças ao nível da procura, da utilização e da participação. É preciso superar a posição tradicional do SP, enquanto instituição exclusivamente regida pelo tríptico Reithiano, presa a um público nuclear e avessa a mudanças, como defendem Bardoel e D’Haenens (2008). Isso passa pela transição de um modelo baseado na difusão para um outro baseado na interação e na produção de conteúdos pela audiência (Bardoel e d’Haenens, 2008a).

¹²⁶ Esta é, igualmente, a posição defendida pelo Conselho da Europa, pelo EURO-MEI (European region of UNI-MEI, the media, entertainment and arts sector of Union Network International) ou pela EBU.

III.3 | O NASCIMENTO DOS *MEDIA* DE SERVIÇO PÚBLICO

Antes de nos debruçarmos sobre a evolução do SPRT, há que esclarecer dois pontos prévios acerca da digitalização. Primeiro, deve ter-se presente que a digitalização é um processo a várias velocidades e que só um incauto otimismo poderia levar a pensá-la como um fenómeno global. Efetivamente, a rádio ainda é o meio electrónico mais universal (Buckley, 2000; Banerjee e Seneviratne, 2005). Também por isso, é errado atualmente, e num futuro próximo, desvalorizar as formas tradicionais de transmissão. Parece natural, nesse sentido, que os canais generalistas em sinal aberto continuem a ser a fonte de referenciais comuns para a sociedade. O que se verifica é que, à medida que a experiência digital se generaliza, os consumidores vão-se tornando mais exigentes em relação ao que os *media* tradicionais têm para lhes oferecer (Kerr, Kücklich e Brereton, 2006).

Em segundo lugar, a digitalização é mais do que a simples mudança de átomos para bits, usando a imagem que Negroponte (1996) celebrou. A digitalização é um processo mais amplo, que ecoa nas mais diferentes esferas, desde a jurídica à económica (Cebrián Herreros, 2001).

De forma esquemática, as vantagens trazidas pela digitalização à cadeia de produção de conteúdos audiovisuais resultam em economia de tempo, espaço e dinheiro, bem como na rentabilização de processos de produção e na difusão de conteúdos para várias plataformas (Jenkins, 2004). Do lado dos utilizadores há várias alterações que resultam da possibilidade de acesso ao que Thompson¹²⁷ chamou de "Martini Media": o que se quiser, onde se quiser e quando se quiser. Mais: é a possibilidade que os consumidores têm de guardar, manipular e reenviar um produto (Jenkins, 2004). No fundo é isso que os utilizadores mais valorizam: a possibilidade de controlo sobre o consumo (Kerr, Kücklich e Brereton, 2006).

III.3.1 | O ALARGAMENTO DO MODELO: COMUNICAR EM VEZ DE TRANSMITIR

Apesar das características muito particulares da realidade britânica, um estudo da OFCOM identificava, já em meados da década anterior, tendências que, com ritmos diferentes, se tornaram transversais em toda a sociedade ocidental. A sociedade do início do século XXI é a sociedade da opulência e do consumismo intenso. Ávida de novidade, numa era em que a necessidade deu lugar ao desejo. O individualismo confirmou-se, também, como uma tendência inegável, ao qual estão ligadas a fragmentação e a desarticulação de valores sociais clássicos [a crise do elo social, de Wolton (2000)]. A

¹²⁷ Cf., em: THOMPSON, M. 2006. BBC Creative Future: Mark Thompson's speech in full. Discurso aos trabalhadores da BBC [online]. [Acedido em 07 de outubro de 2009]. Consultado em <http://www.guardian.co.uk/media/2006/apr/25/bbc.broadcasting>.

política é cada vez mais alvo de desconfiança. A sociedade em que vivemos transformou-se numa rede de ligações, na qual estamos constantemente inseridos. Ao mesmo tempo, começou a generalizar-se uma noção de direitos de cidadania, que são independentes de qualquer estatuto social ou político (OFCOM, 2004). Foi neste contexto que o processo de convergência mediática foi implementado. Ele avançou sobre dois caminhos paralelos: por um lado a valorização das massas enquanto alvo da produção ideológica ou industrial; por outro a valorização do indivíduo livre na sua escolha (Wolton, 2000). Apareceram novas plataformas, esbateram-se fronteiras entre velhas e novas formas mediáticas, e o paradigma único dos *media* enquanto fornecedores em fluxo de um-para-muitos terminou. É este o pano social e tecnológico que serve de fundo à ecologia mediática da viragem do milénio, na qual surge o novo paradigma do SP. Ou, na imagem de Jakubowicz, o SP 3.0 (2010).

É este o momento do fim do Public Service Broadcasting e o início da era do Public Service Media. Trata-se de uma evolução central para o SP, que tem sido analisada, nos últimos anos, por diversos autores, dos quais se destacam as análises mais recentes de Bardoel e d’Haenens (2008), D’Haenens *et al.* (2011), Jakubowicz (2008) e Nissen (2006). Trata-se, como já referimos, da resposta ao problema que se coloca agora ao SP, e que é o oposto do que se lhe colocou na última vintena do século passado: “today we are facing the mirror image problem: how to reconcile individualisation with the public interest?” (Wolton, 2006: 206-207).

Foi no âmbito do estabelecimento da sociedade da Informação, que as preocupações do Conselho da Europa começaram a refletir uma clara aposta nos novos *media*, e oficializaram esse novo termo. O que o Conselho da Europa defende é a utilização e a adaptação pelos Estados das novas potencialidades tecnológicas para, por um lado, o SP responder aos novos hábitos e expectativas dos públicos; por outro, para potenciar aqueles que já eram os seus alicerces nucleares¹²⁸. Assim se abandona a expressão PSB em detrimento de PSM: serviços em multiplataforma, para diferentes audiências, de diferentes tamanhos, conciliando o temático e o generalista; a massa e o indivíduo; de acordo com princípios de neutralidade tecnológica e de abertura à participação social. Este é o resultado da evolução do enquadramento europeu, sobretudo desde a segunda metade dos anos 90. Como explica Coleman (2004), trata-se de pensar em comunicação, nas suas várias possibilidades, e não em transmissão. Ariño e Ahlert explicam-no de forma muito clara: “perhaps it would be a good thing not to think of broadcasting any more, but rather of content delivery and production as a public service” (2004: 207).

Em causa está uma mudança na sua essência operacional. Jakubowicz fala mesmo de uma revolução copernicana no SP (2008). Sintetizamos, pois, os princípios e estratégias que o SP tem de repensar neste contexto:

¹²⁸ Cf. *Recommendation of the Committee of Ministers to member states on the remit of public service media in the information society*, REC (2007)3.

- A presença em todas as plataformas;
- O desenvolvimento da sua marca, de forma a distinguir-se no meio da imensa oferta;
- O desenvolvimento de um tipo de produto que seja reconhecido;
- O abandono da dependência de um canal generalista;
- O incentivo à integração dos excluídos nas novas estruturas informativas;
- O fornecimento de orientação num mercado sem fronteiras;
- A divulgação e popularização do seu acervo de conhecimento¹²⁹ (Thomass, 2002: 35).

O modelo de *media* de serviço público (MSP)¹³⁰, insere-se, então, no espírito *full portfolio* de SP. É o derradeiro desafio da legitimação do SP: manter a sua essência e evoluir na distribuição (Jakubowicz, 2010). Finda a primeira década do novo milénio, este parece ser o lugar mais consistente para o SP, tendo em conta a sua evolução recente. Porém, ele pode ir mais longe. Redmond (2004) sugeria, precisamente para a BBC, o conceito de um fornecedor de serviço público, que superava o modelo que temos atualmente. Entre outras particularidades, e além dos conteúdos, o fornecedor disponibilizaria, também, acessos à Internet a instituições públicas e correio electrónico e outros serviços a quem não pudesse pagar serviços comerciais (2004).

Por agora, a multiplicidade de abordagens na Europa aconselha precaução na assunção de um modelo global. Mas, com segurança, os MSP podem ser esquematizados *grosso modo* como “PSM = PSB+all relevant platforms+Web 2.0” (Jakubowicz, 2008: 8). De facto, a digitalização permitiu aos operadores de serviço público entrarem em novas plataformas com novos e velhos conteúdos. O processo produtivo passou a privilegiar a lógica de *cross media* ou multimédia; vários produtos para várias plataformas. Foi de acordo com esse espírito que, em Portugal, a rádio pública implementou, na segunda metade da década passada, um processo de digitalização em toda a cadeia, que permitia a distribuição e a gestão otimizada de conteúdos nos vários canais.

O desenvolvimento das cadeias de produção associadas ao modelo de PSM está associado a processos de profunda reorganização interna das empresas. Podemos partir do exemplo português para ilustrar a ideia de convergência nos MSP. A junção dos operadores de rádio e de televisão traduziu-se numa convergência ditada, maioritariamente, por motivações económicas. Perfeitamente enquadrada nas novas tendências de gestão do SP, a junção das empresas veio refletir-se num entrecruzamento de rotinas, meios, tecnologias e linguagens que caracteriza os meios multimédia. A sua face mais visível é o renovado *site* da RTP, no qual se encontram conteúdos de áudio, vídeo e texto. No estudo empírico deste trabalho, voltaremos a esse processo.

¹²⁹ De facto, um dos mais interessantes desenvolvimentos deste novo contexto tem a ver com a capacidade de preservar e divulgar uma herança cultural europeia, nomeadamente através da disponibilização online de arquivos digitalizados. Cf. *Recommendation of the Committee of Ministers to member states on the remit of public service media in the information society*, REC (2007)3.

¹³⁰ Usaremos neste trabalho a expressão “*Media de Serviço Público*” (MSP) como tradução da expressão *Public Service Media* (PSM).

Internamente, esta mutação passa pela alteração estrutural dos SP. Como já vimos, na Europa, não há um modelo organizacional comum. A UER aponta a estrutura funcional como sendo a mais interessante neste contexto. Ou seja, ao invés de existirem estruturas autónomas de rádio e televisão, deve existir um cruzamento de recursos. A divisão será, assim, mais baseada em géneros do que na plataforma de difusão. As sinergias que se criam, a vários níveis, são particularmente interessantes no ambiente multimédia (EBU, 2002). O caso português não é o típico exemplo deste modelo, uma vez que tem muitos traços do modelo estrutural clássico orientado para os *media*. No caso da RTP, a rádio e a televisão juntaram-se e existe alguma multifuncionalidade dos profissionais, mas estruturalmente, apenas alguns serviços têm uma existência independente da plataforma associada. As redações da rádio e da televisão são separadas. E se isso não acontece, como no caso dos estúdios regionais, é primeiramente pela necessária racionalização do espaço, e não pela possibilidade de produção multimédia inerente. Exatamente ao contrário do que acontece, por exemplo na Finlândia, onde a YLE está organizada com objetivos de produção multimédia (Kakubowicz, 2008). O que distingue esta aproximação do modelo funcional é, precisamente, a estagnidade dos serviços.

Nestes processos de convergência e multifuncionalidade, uma das dúvidas mais vezes colocada, tem sido a identificação do real beneficiário do processo: as empresas ou os consumidores. Efetivamente, ao nível operacional, a convergência tem trazido mudanças avassaladoras aos *media* (Deuze, 2004; Pavlik, 2004). A criação de sinergias nos meios de produção é um conceito central nos objetivos das empresas que apostam na convergência (Deuze, 2004; Erdal, 2009). Mas, frequentemente acaba por ser um processo ligado às políticas de redução de pessoal (Deuze, 2004). O que se passou no caso português não é diferente do que acontece noutros países (como mostra o estudo de Erdal [2009], independentemente de se tratar de um operador público ou não. Existe uma natural resistência e estes processos. Sobretudo, porque existe uma perceção real de que: por um lado, os trabalhadores precisam de formação e de compensações adequadas às novas funções; por outro, a concentração afronta a pluralidade e a segurança no trabalho (Huang *et al.*, 2006: 84). No caso português, passou algum tempo até que a mera coabitação de pessoas e meios cedesse lugar à verdadeira cooperação, que era o objetivo inicial.

a | Estratégias cruzadas na superação do modelo de fluxo singular

No processo de migração, nem sempre há, como refere Aslama, criação de conteúdos específicos para os novos *media* (2008). O desenvolvimento do DAB em Portugal, foi disso um bom exemplo, uma vez que não foram criados novos serviços. Existia apenas um princípio de *simulcast*, com a retransmissão das estações de rádio já existentes em Frequência Modulada (FM), o que provocou um claro atrito no desenvolvimento do processo.

A estratégia de desenvolvimento do SP tem passado muito pelo conceito Create Once, Publish Everywhere (COPE), uma expressão que traduz o reposicionamento multiplataforma do fluxo de

produção dos *media* (Looms, 2006). Um mesmo produto, transmite-se no máximo de plataformas possível e fica disponível para consulta futura. Houve uma alteração na cadeia de valor dos meios: os serviços *on-demand* e de arquivo estão a ter uma importância crescente no processo (Tambini, 2006). Mas a disponibilização em várias plataformas e em vários momentos, embora claramente valorizável na lógica do SP, está entalada por pressões antagónicas: por um lado, o SP tem de fazer lucro, por outro, deve promover o acesso livre (Tambini, 2006). Um dos grandes obstáculos que se levantam, quer no processo de COPE, quer no processo de disponibilização de conteúdos *online*, é a gestão das licenças e dos direitos sobre os conteúdos que, em muitos casos, não permitem reutilizações fora dos meios tradicionais de difusão (Tambini, 2006). O desenlace deste processo não é, ainda, evidente. Como explica Tambini, o SP deve fornecer conteúdos atuais e de qualidade e, para responder às preferências do público, deve flexibilizar a forma como os conteúdos podem ser acedidos, permitindo o armazenamento local. No entanto, a posição dos criadores pode ser difícil de compatibilizar (2006).

Porém, a distribuição *cross media*, não é a concretização acabada das possibilidades digitais. O SP terá de adotar, também, uma produção de formatos *cross-media*. Como explica Looms, é a diferença entre distribuir um mesmo formato por várias plataformas e ter um produto planeado de base, resultante das várias sinergias (2006:113).

A resposta da BBC à convergência e à multiplicação de plataformas foi a criação de conteúdos pensada de acordo com uma lógica transmédia (Perryman, 2008). O ponto de partida, e a imagem de marca da estação no novo conceito de *transmedia storytelling* foi a série Doctor Who que, desde os anos 60, já tinha um historial de diversidade de suportes (revista, livro, televisão, rádio e disco), embora, como explica Perryman (2008), sem qualquer entrosamento entre si. No início da década passada, o site da BBC dedicado aos seus programas de culto lançou alguns episódios feitos apenas para a *web*. O conceito de *webcast* da série amadureceu, abandonando a simples adaptação de histórias, e passou a basear-se em guiões especificamente criados, com animações mais desenvolvidas. Em meados da década, havia já uma articulação entre vários produtos e entre as pessoas que estavam por detrás deles: séries televisiva e *online*, fotografias, ambientes de trabalho para computadores, toques para telemóveis, conteúdos áudio, conteúdos específicos *online* como entrevistas ou documentários, *podcasts*¹³¹ e jogos. Mais tarde surgiram os chamados *mobisodes*, como eram chamados os mini-episódios para plataformas móveis, que completavam e chamavam a atenção para os conteúdos televisivos, mas cujo sucesso foi escasso fora da internet (Perryman, 2008). O produto mais interessante na implementação desta filosofia foi uma aventura televisiva não-linear acessível através

¹³¹ O termo "podcast" nasce em 2004, pela mão de um jornalista inglês que tentava dar um nome à crescente quantidade de conteúdos de áudio em formato MP3 que podiam ser descarregados da Internet e ouvidos em leitores portáteis (Berry, 2006). Trata-se de um conceito disruptivo (Berry, 2006), uma vez que tem uma natureza convergente e altera os paradigmas de produção, distribuição e consumo. Ao resultar da convergência de ferramentas e suportes que já estavam ao alcance de qualquer pessoa, o *podcast* surgiu como uma forma barata e libertária de qualquer um poder criar e distribuir conteúdos, ou simplesmente, de recebê-los sem esforço (Berry, 2006). Foi devido a esse carácter simples e acessível, que o *podcast* foi apropriado por outras instâncias que não a rádio. O seu valor para entidades ligadas à educação ou à divulgação tem-se revelado particularmente interessante (Berry, 2006).

da BBC interativa (Perryman, 2008). O que a experiência Doctor Who e a estratégia inovadora da BBC mostram é a importância de interligar conteúdos e formatos que, em vez de simplesmente se replicarem, possam acrescentar valor uns aos outros, incentivando à migração entre plataformas, à participação e ao desenvolvimento de uma fidelidade para com a marca, sem nunca excluírem os espectadores que privilegiam uma atitude mais passiva (Perryman, 2008).

III.4 | LIMITAÇÕES À ATIVIDADE DO SERVIÇO PÚBLICO NO SÉCULO XXI

Temos, pois um novo modelo de SPRT, como resposta às novas demandas sociais e tecnológicas. Para concluir este capítulo, debruçemo-nos sobre atualização das tradicionais justificações para a existência do SPRT e sobre a forma como a sua legitimação, enquanto MSP, tem sido questionada. Historicamente, como já referimos o SPRT é justificado com a insuficiência ou falha do mercado. No entanto, esta não é a única forma de entender a atuação do SP. Não se trata de uma diferenciação ao nível da orgânica do operador, mas sim de um fundamento justificador da produção e do posicionamento dos conteúdos do operador.

Genericamente, o posicionamento do SP pode basear-se em dois modelos, aos quais podemos ainda acrescentar uma terceira via: o modelo que assenta na insuficiência do mercado (Prosser, 2005; Davies, 1999; Collins *et al.*, 2001); o modelo cultural (Prosser, 2005; Born e Prosser, 2001); e o modelo que assenta na prioridade ao SP (Raboy, 1997).

A insuficiência do mercado pode existir em vários sectores, mas o sector dos *media* é, claramente, mais sujeito a este mecanismo (Collins *et al.*, 2001), dadas as suas condições específicas. O *market failure model*, que sustentou a manutenção dos serviços públicos na Europa após a liberalização¹³², assenta em vários pressupostos: a especificidade do sector dos *media*, cujos efeitos sociais positivos são desejáveis; a forma como são distribuídos os bens que originam esses mesmos efeitos (Ward, 2006: 54); a assunção de que os consumidores não estão, à partida, completamente informados; e a existência de uma economia de escala no sector, que resulta numa concentração de produtores (Davies, 1999).

Neste contexto, a difusão é considerada um bem público, devido às suas características de não-exclusão (mesmo não pagando é possível ouvir rádio) e de não-rivalidade (o acesso de um ouvinte não retira qualidade ao consumo do outro) (Brunner, 1998; Ward, 2006). A atuação do Estado perante um *merit good* é, tradicionalmente, interventiva. Porém, há um problema de valor associado à natureza da radiodifusão enquanto bem público. É que o seu valor equivale à soma do valor que lhe é atribuído

¹³² Cf. Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C 320/04). *Official Journal of the European Communities*, 15 de novembro de 2001, alínea 2.

pelo público e pelos anunciantes. Mas, como explicam Berry e Waldfogel (1999), os operadores só recebem a parte deste valor que corresponde aos anunciantes, pelo que, dificilmente avançarão com conteúdos cujo custo seja superior a essas receitas. Isso resulta numa provisão deficiente do mercado. E a variedade, como explicam os autores, é importante para os ouvintes: o mercado deve proporcionar, independentemente do seu tamanho¹³³, variedade de programas (Berry e Waldfogel, 1999). Então, perante a transmissão de conteúdos populares pelos *media* privados, o fornecimento de conteúdos educativos, informativos ou de entretenimento de qualidade é altamente desejável e deve ser garantido pelos *media* públicos (Trappel, 2011).

A lógica da intervenção estatal em caso de insuficiência do mercado advém de um conceito oriundo da economia, chamado “eficiência alocativa”, segundo o qual os meios estão alocados à produção do bem, e há uma correspondência entre o seu custo de produção e o benefício que deles resulta para a sociedade (Hoskins *et al.*, 2004, 288). É neste sentido que o Estado intervém.

A principal base para a argumentação da insuficiência do mercado foi, desde o início, a escassez do espectro radioelétrico. Mas, a evolução recente do mercado e a diversificação da oferta têm colocado em causa a validade desta fundacional razão para a existência do SP.

O espectro radioelétrico é um bem natural finito. Está dividido em bandas e sub-bandas, cada uma das quais com determinadas características de propagação e de transporte de informação (Laflin e Dajka, 2007). Embora, em teoria, qualquer serviço possa funcionar em qualquer parte do espectro, as diferentes características das frequências tornam certas bandas mais adequadas a diferentes fins (Laflin e Dajka, 2007). Por exemplo, maiores larguras de banda (como as necessárias à televisão) usam UHF (Ultra High Frequencies), ao passo que as rádios internacionais usam as ondas com grande alcance geográfico das HF (High Frequences). As convenções de gestão espectro servem, precisamente, para distribuir o espaço, uma vez que cada tipo de serviço ocupa um espaço definido no espectro. Entretanto, com a digitalização e o desenvolvimento dos modos de compressão, o sinal passou a conter muito mais informação do que anteriormente. E assim, no espaço anteriormente ocupado por uma única televisão analógica, cabe agora um *multiplexer* que pode transmitir, no mesmo sinal, vários canais de televisão (Laflin e Dajka, 2007). A digitalização veio, pois, libertar espaço no espectro radioelétrico. No entanto, a quantidade de serviços, entretanto, desenvolvidos, requer que a regulação seja firme, para que se evite o caos (Laflin e Dajka, 2007). Sobretudo, porque existe um espaço particularmente concorrido, denominado *sweetspot* (Laflin e Dajka, 2007), como pode ser visto no quadro 2.

¹³³ Note-se que não há provas de que os mercados mais pequenos sejam deficientemente providos de oferta. Halcoussis e Lowenberg (2003) defendem que a falta de diversidade existente em mercados de dimensão reduzida é intrínseca, uma vez que reflete os reais gostos maioritários do auditório e não representa, necessariamente, uma insuficiência de mercado.

Frequência	30 Hz	30 Hz	300 Hz	3000 Hz	30 kHz	300 kHz	3000 MHz	30 GHz	300 GHz	
	ELF	SLF	ULF	VLF	LF	MF	HF	VHF Banda I Banda II Banda III	UHF Banda IV Banda V Banda S Banda C >>>>	EHF
Utilização - Serviços existentes	Comunicação com submarinos	Comunicação dentro de minas	Comunicação submarina, procura de vítimas avalançe, monitores frequência cardíaca	Navegação, sinais de referência para relógios, difusão em OL (AM)	Difusão em OM (AM) AM	Difusão em OC (AM) e radioamadores	Difusão em FM e televisão DAB FM	Difusão de televisão, telefones móveis (2G, 3G e GSM), WLAN, PIMSE (transmissões em fios para eventos especiais), comunicação e controlo de tráfego aéreo DAB	Aparelhos de micro-ondas, telefones móveis (W-CDMA), WLAN, radares	Radioastronomia, difusão em microondas Visão noturna
Utilização - Serviços emergentes								DAB DAB DAB		
					DRM30	DRM30	DRM30	DRM30		

QUADRO 2 | DISTRIBUIÇÃO E UTILIZAÇÃO DE FREQUÊNCIAS. FONTE: EBU

De facto, o problema da gestão do espectro radioelétrico é hoje bem diferente. Mas a disponibilidade de frequências e a multiplicação de canais não resolveu o problema da insuficiência do mercado, nem tornou dispensável a existência do SP, como veremos adiante.

O SPRT pode, no entanto, ser concebido com base numa lógica diferente da resposta a falhas do mercado. O modelo que Prosser (2005) chama de cultural assenta em três elementos: cidadania, universalidade e igualdade. O que o distingue do modelo anterior é o facto de ele não estar a jusante do mercado, e de, proativamente, não se limitar a preencher as falhas. Ou seja:

“What is important about this cultural model is, firstly, unlike the market failure model it does not take consumer preferences as given and simply fill in gaps in meeting them. Rather it sees broadcasting as a means of developing and shaping those preferences and assisting self-development (...). Secondly, rather than simply filling gaps in the market, new services may be justified as bringing new types of audience to the cultural mix provided by the range of public service offerings” (Prosser, 2005: 211).

Desta forma, como explicam Born e Prosser (2001), se o papel do SP resultar da insuficiência do mercado, ele vai ser operacionalizado a partir de uma perspetiva economicista limitadora, ao invés da prioridade cultural, que resulta numa missão mais ampla. Aliás, entende-se que a sua influência social vai além das pessoas que o vêem. O SP deve, isso sim, ajudar a formar a capacidade dos cidadãos poderem vir a ser livres na sua escolha. A própria posição da UNESCO vai neste sentido, ao não sustentar o SP apenas na insuficiência do mercado, mas, igualmente, em princípios educativos e formativos (Banerjee e Seneviratne, 2005). Lealand *et al.* (2003) explicam como uma perspetiva maioritariamente cultural sobre o papel do SP, defende a sua missão a partir de dentro e, ao mesmo tempo, de fora do mercado. Está fora do mercado porque a sua missão é formar os cidadãos: dar-lhes possibilidades de escolha informada. Está dentro do mercado porque a sua existência ajuda a estabelecer padrões nos privados (Lealand *et al.*, 2003). Contamina a própria qualidade existente no mercado (Padovani e Tracey, 2003); ou seja, parafraseando Jakubowicz (2006), a BBC é o que dita a diferença entre a Fox e a Sky¹³⁴.

De facto, historicamente, o serviço público tem sido baseado no primeiro pressuposto, de que o mercado não é capaz de suprir completamente as necessidades de todos os cidadãos. No entanto, e abstraindo-nos da exequibilidade política e económica de uma tal proposta, vale a pena evocar o

¹³⁴ Cf. Diapositivos da apresentação de Jakubowicz no RIPE 2006.

pensamento de Raboy (um dos grandes defensores do SP), num artigo prévio à explosão multiplataforma e acrescentar a estes dois modelos uma terceira visão. Segundo o autor canadiano, a difusão com fins públicos destina-se a todos, ao contrário da difusão com fins comerciais, que se destina à maior audiência possível. Assim, a transmissão de rádio e televisão deveria ser concetualizada enquanto serviço público. Os operadores privados deveriam preencher o espaço que os operadores públicos não desenvolvessem. (Raboy, 1997).

III.4.1 | O ÂMBITO DA MISSÃO: COMPLEMENTAR OU TRANSVERSAL

Assim, atualmente, o SPRT vive dividido entre os que defendem que a sua intervenção ao nível do mercado deve assumir uma forma complementar e os que advogam uma posição compreensiva ou global, (Bardoel e d’Haenens, 2008a). Na verdade, não há um modelo perfeito. Qualquer das opções pode ter inconvenientes (Ariño e Ahlert, 2004). Como veremos adiante, esta questão vai tornar-se particularmente relevante no final do século XX, quando se verifica um alargamento do âmbito da missão do SP. Partindo dos posicionamentos concetuais anteriores, podemos, então, identificar as variantes possíveis de implementar no SP, de acordo com a sistematização de Jakubowicz (2003: 155-156). No modelo de atrito os operadores de SP devem manter-se de fora de todos os produtos digitais, confinando-se aos produtos tradicionais. O modelo de SP distribuído, radica no princípio segundo o qual o SP pode ser cumprido por qualquer entidade, mesmo privada. O modelo do mosteiro, encara o o SP como um conceito direcionado para minorias, meramente destinado a preencher lacunas do mercado e afastado de qualquer lucro. Estes são, claramente, modelos bandeira dos opositores do SP. Existem ainda outros modelos, como o modelo de SP digital puro, segundo o qual os produtos digitais lançados pelos operadores públicos estão sujeitos a restrições; o modelo clássico, baseado na filosofia generalista; o modelo semicomercial, onde se inserem operadores públicos suficientemente dependentes de receitas comerciais¹³⁵ para terem de se render às estratégias de mercado; e o modelo dedicado, no qual se inserem canais específicos para fins definidos. Num outro extremo, situam-se modelos que espelham a resposta a novos desafios de um SP legitimado: o modelo *full portfolio* (EBU, 2002; Bardoel e d’Haenens, 2008a), defendido pelo Conselho da Europa, segundo o qual o SP pode implementar toda a gama de serviços independentemente da plataforma ou do facto de serem ou não de natureza comercial; e o SP personalizado, que responde à crescente tendência de consumo de conteúdos personalizados.

¹³⁵ A variação das receitas está dependente do share. Cf. Cowling (2004).

Efetivamente, a política europeia tem permitido uma abertura considerável da atuação do SPRT. Desde 2001¹³⁶ que a CE permite que o âmbito dos programas do SPRT seja amplo, de forma a conseguir audiência relevante¹³⁷, o que, naturalmente, não limita a sua ação ao espaço deixado livre pelos operadores comerciais. No entanto, como já, através da análise das decisões da CE, a efetivação destes princípios pode esbarrar em algumas inconsistências.

III.5 | SERVIÇO PÚBLICO NO SÉCULO XXI: A LEGITIMIDADE DO CONTRAPESO

O SPRT, como vimos, perdeu a supremacia com que, durante décadas, viveu no sector audiovisual europeu (Bardoel e d'Haenens, 2008a). Apesar disso, com a viragem do milénio, falava-se numa oposição resiliente aos operadores comerciais, o que, no sector televisivo, se traduzia numa posição muito relevante ao nível das audiências¹³⁸.

Mas a pergunta sobre a pertinência do SP não é meramente retórica. O conceito tornou-se, em alguns contextos, sinónimo de uma posição retrógrada, resultante de um conceito calcificado no tempo (Holland, 2003). No mercado, vários dos motivos que justificaram a criação do SP em regime de monopólio são agora anunciados como desajustados. Falamos, maioritariamente, de dois argumentos: um tem uma origem económica e o outro, que nos parece particularmente mais importante, tem uma origem tecnológica. O que preendemos mostrar é que nenhum deixou de ter significado. Sobretudo o argumento da insuficiência do mercado.

Um antagonismo que revela a pertinência da discussão sobre a atualidade do SP, pode ser encontrado entre Armstrong (2005) e Nissen (2006). O primeiro, advoga que o aparecimento da televisão por subscrição, com a conseqüente cobrança direta pelo serviço e o alargamento do espectro, torna desnecessária uma intervenção deste tipo, uma vez que os custos são claramente superiores aos benefícios (2005). Armstrong não tem em conta, na sua argumentação relativa à subscrição, os princípios de equitatividade no acesso, que resultam de obstáculos técnicos, geográficos e económicos. Efetivamente, se anteriormente existia o denominado problema do *free rider*, a sua solução através do Subscription Management System (SMS), embora possível, não é compatível com a equidade social, com a universalidade de acesso e, conseqüentemente, com a manutenção de referentes culturais comuns (Nissen, 2006).

¹³⁶ Cf. Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C 320/04). *Official Journal of the European Communities*, 15 de novembro de 2001.

¹³⁷ Cf. Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C 320/04). *Official Journal of the European Communities*, 15 de novembro de 2001.

¹³⁸ Cf. Euro-Mei General Assembly, Brussels, 23-24 June 2001.

O segundo e principal argumento baseia-se na digitalização. A escassez do espectro radioelétrico deixou de ser relevante, uma vez que a tecnologia passou a permitir maior eficiência na sua gestão (Lafin e Dajka, 2007; Davies, 1999; Armstrong e Weeds, 2005; Van Dijk *et al.*, 2006; Raboy, 2006). Ao nível técnico, o problema está resolvido, apesar da tendência de lotação em algumas bandas que já ilustrámos. No entanto, esta argumentação, radicava, também, no fornecimento de conteúdos. E esse problema, como já referimos, não ficou resolvido pelo aumento da oferta, apesar de haver quem defenda o contrário.

III.5.1 | A POSSIBILIDADE DE ESCOLHA E A ABUNDÂNCIA POSSÍVEL: O MERCADO É INSUFICIENTE PORQUE TEM OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Há muito tempo que a legitimação do SP junto dos cidadãos, dos centros decisores e dos *opinion makers*, passa por uma discussão sobre o conteúdo das emissões. Tal como aconteceu em Portugal, uma das bases de apoio para o financiamento do SP nasce da constante discussão sobre o que deve o operador dar aos cidadãos. A discussão, que se centra nos critérios de qualidade, ou nas estratégias de diferenciação, inclui, invariavelmente, esta pergunta: deve ou não ser-lhes dado o que eles querem ver? Será que eles vêm o que o SPRT considerar que é melhor para eles? (Armstrong, 2005). A resposta a estas perguntas não existe de forma absoluta. Mas a retórica em torno do grau de paternalismo das emissões e do baixo nível cultural do povo faz parte do constante jogo de questionamento do papel do SP. Nos últimos anos, a multiplicação de canais e o pós-modernismo trouxeram consigo uma diluição do paternalismo do SP, como já referimos. A grande diferença é que o público já não está limitado às estratégias de *hammocking*¹³⁹ dos operadores públicos, que a seguir à novela da noite podiam colocar um documentário. O espectador não está sujeito, porque pode escolher. E decide, assim, o que é bom para si. O que Armstrong (2005) defende é que a digitalização e a multiplicação de canais tendencialmente terminaram com a insuficiência do mercado e que a justificação para a existência do SP está ligada apenas às externalidades. E mesmo este benefício social não pode ser visto apenas de um prisma: porque a televisão também pode ser, em si, um fator criador de comportamentos anti-sociais; e porque o aumento da escolha tornou vez mais difícil o condicionamento de um espectador em frente a um programa socialmente benéfico (2005). Dentro desta perspetiva, a evolução tecnológica resolveu as necessidades dos consumidores. Na nossa opinião, embora as externalidades negativas para as quais alerta Armstrong sejam relevantes, elas mais não fazem do que justificar a existência do SP.

É preciso ter em conta que, apesar de os *media* ocuparem um lugar central na conceção democrática da sociedade, a sua evolução recente não tem sido no sentido de tornar os cidadãos mais conscientes e

¹³⁹ Técnica que consiste em colocar um programa de serviço público entre dois conteúdos com grande audiência.

críticos dos problemas que os rodeiam (Blumler e Gurevitch, 1995). Existe um desengajamento das pessoas em relação à política que, não raras vezes, é atribuído aos próprios *media* (Coleman, 2004). Esta tendência é facilmente compreendida se tivermos em conta algumas das linhas de força que caracterizam o sector:

“media concentration and the increase of media ownership power, the ‘tabloidization’ of the press with less emphasis on the coverage of political issues, and the hiper commercialization of the media system are just a few” (Nieminen e Trappel, 2011: 137).

Temos, pois, um contexto mediático caracterizado pelo que se apelidou de *dumbing down*¹⁴⁰ (Tracey, 1998), resultante, em grande parte, da crescente competitividade (Bourdieu, 1998).

Tanto o abaixamento qualitativo generalizado (Juneau, 1995), como a crescente comercialização editorial não têm sido invertidos pelo aumento da oferta e de plataformas (Nissen, 2006; Raboy, 2003b), apesar das expectativas iniciais. Com a revolução digital, as esperanças colocadas na internet eram grandes. Porém, o desenvolvimento do meio não foi acompanhado de uma regulamentação sólida, ao contrário do que aconteceu noutros casos (Trappel, 2008). E o resultado tem sido, por um lado, esse fraco aumento da diversidade (Hoffman-Riem, 1997); por outro, a intensificação da concentração¹⁴¹ (Croteau e Hoynes, 1997). Os produtos *online* mais desenvolvidos estão associados às maiores empresas (Helm, 2005; Raboy, 2003b; Trappel, 2008). Este contexto, sustenta a convicção de Davies (1999), ou de Hargreaves Heap (2005), que argumentam que o mercado continuará a ser incapaz de responder plenamente às necessidades sociais.

Na realidade, existe um sub-fornecimento de certos conteúdos (Ariño e Ahlert, 2004; Foster, Egan e Simon, 2004). Hoje, já é razoavelmente aceite que uma maior oferta ou uma mudança tecnológica não têm necessariamente bons resultados culturais, cívicos ou mesmo qualitativos. O efeito de Hotelling, descrito há quase cem anos, já explicava que muitos produtores não resultavam numa multiplicidade de produtos (Hotelling, 1929). Mas, apesar desse aviso quase centenário, o determinismo tecnológico disseminou a ideia de que a digitalização resultaria num maior envolvimento democrático dos cidadãos e numa possibilidade de elevação cultural. O engodo desta perspetiva é o de que a simples evolução tecnológica é suficiente, o que não é verdade. Como afirma Singer, “Digital merely denotes a transition in technology” (2008: 149). O uso social não é implícito à tecnologia, pelo que o desenvolvimento tecnológico não traz miraculosamente o empoderamento informativo e democrático.

¹⁴⁰ Sobre as principais argumentações em torno desta tendência no jornalismo cf. Ursell (2001).

¹⁴¹ Em 2007, só as dez companhias com maior presença online chegavam a 90% dos utilizadores mundiais (EBU, 2007).

Isso só acontece se houver um investimento na literacia. Alguns autores consideram mesmo que o futuro só potenciará este processo. É o caso de Tracey, que advoga que o desenvolvimento das novas plataformas apenas irá acentuar a degradação cultural (1998). É, também, o que admite Hodgson: “There is a degree of cultural panic as we recognise (though it is not politically correct to say so) that, in a global market of digitally convergent services, mass tastes will prevail” (2008:46). Toda esta envolvimento de desligamento e superficialidade não pode ser escamoteada (Coleman, 2004). É por isso que o SP, enquanto investimento para além dos valores do mercado, continua a encontrar justificação.

O mercado é incapaz de produzir suficientes conteúdos capazes de alargar os horizontes dos cidadãos, assim como não será capaz de inovar e, portanto, arriscar economicamente (Ala-Fossi, 2005; Hargreaves Heap, 2005). Não é que os operadores privados não possam adotar formatos ligados ao SP (o que, aliás, fazem). Mas, qualquer operador privado tem um único fim: o lucro. Como explica Rothenbuhler, “communicating for money reduces the ends of communication to the status of means; any ‘message purpose’ becomes subordinate to the ‘money purpose’” (1996: 132). Em formas de gestão como esta, a comunicação é meramente instrumental (Rothenbuhler, 1996). Podemos ilustrar esta ideia com a utilização, na rádio, dos princípios de afetividade e de proximidade, unicamente como meios e não como fins. Assim, podemos assumir que a rádio comercial nunca poderá fornecer todo o tipo de serviços. E, por isso, não pode preencher completamente as necessidades do mercado.

Como é sabido, quando a publicidade sustenta o mercado, os únicos gostos que são satisfeitos são os que coincidem com os dos anunciantes. É por isso que os operadores públicos podem continuar a ser relevantes, para impedir que sejam questões de escala a moldar a oferta mediática e a aumentar fossos sociais no consumo cultural. Efetivamente, o *output* de conteúdos com o objetivo de maximizar o lucro comercial pode empurrar a informação para fora do *prime-time* ou diminuir a sua frequência. Um estudo comparativo entre os mercados televisivos norte-americano, inglês, dinamarquês e finlandês (Curran, 2008; Curran et al, 2009) mostra precisamente isso:

“The public service model makes television news more accessible on leading channels and fosters higher levels of television news consumption. It also tends to minimize the knowledge gap between the advantaged and disadvantaged and therefore contributes to a more egalitarian pattern of citizenship. Indeed, we suspect that a critical difference between the public service and market models is the greater ability of the former to engage an ‘inadvertent’ audience: people who might be generally disinclined to follow the course of public affairs, but who cannot help encountering news while awaiting delivery of their favourite entertainment programmes. The fact that public service television intersperses news with entertainment increases the size of the inadvertent audience” (Curran et al, 2009:22).

Em causa está o abaixamento das possibilidades de exercício de uma cidadania informada (Curran *et al.* 2009). Porque o que está na base destas obrigações é o enaltecimento do cidadão em detrimento do consumidor (Raboy, 1997) – esse sim, facilmente satisfeito pela lei de mercado. Aí se situa a grande relevância dos meios audiovisuais para a democracia, através do seu papel na esfera pública. E a manutenção dessa esfera pública, desse espaço de discussão e contacto com a política, que está na base da democracia, é um argumento indissociável da existência dos media de SP (Ariño e Ahlert, 2004; Syvertsen, 2003). De facto, o conceito de sociedade do conhecimento, que está na base do desenvolvimento recente dos países ocidentais, está intimamente relacionado com o conceito de esfera pública neste seu modelo deliberativo ou *habermasiano* (Thomass, 2003). As questões do acesso, da integração e da coesão sociais, da participação e da transparência são bases comuns a ambos (Thomass, 2003), pelo que a transposição destes princípios para a sociedade está obviamente ligada ao papel do SP.

Assim, sistematizando, a tradicional insuficiência do mercado continuará a existir (Collins *et al.*, 2001; Davies, 1999; Ward, 2006), se tivermos em conta que há um risco de a economia de escala resultar em monopólios privados, bem como na criação de um efeito de gargalo na banda larga, uma vez que todas as plataformas e produtos aos quais o cidadão pode aceder, estão disponíveis, tendencialmente, através de um único fornecedor. As consequências sociais negativas da exposição aos *media*, que tenderão a aumentar proporcionalmente à maior oferta e liberdade de acesso a conteúdos, podem ser outra fonte de falha do mercado.

Neste sentido, diversas instituições internacionais (para além das europeias) têm defendido a importância do SP. É o caso da International Federation of Journalists, que desde 2001 tem promovido os valores do SP em conferências e campanhas (Banerjee e Seneviratne, 2005). Aí se enquadram, igualmente, a African Charter on Broadcasting¹⁴² e a Declaração de Accra¹⁴³ para o continente africano; a Recomendação de Almaty¹⁴⁴, a Declaração de Banguécoque¹⁴⁵ e a própria ação da Asia Pacific Institute for Broadcasting (AIBD) (Banerjee e Seneviratne, 2005).

O papel do SP enquanto contrapeso ou corrector de mercado num ambiente tendencialmente comercial e de oligopólio tem, assim, sido enfatizado por diversos autores (Harrison e Wessels, 2005; Jakubowicz, 2010; Steemers, 1999; 2003; Søndergaard, 1996; Smudits, 1997; Raboy, 1997; Trappel, 2008). Os *media* públicos encontram, pois, razões para continuar enquanto o mercado demonstrar que

¹⁴² Cf. *African Charter on Broadcasting* [online]. [Acedido em 12 de outubro de 2009]. Disponível em: http://portal.unesco.org/ci/en/files/5628/10343523830african_charter.pdf/african%2Bcharter.pdf.

¹⁴³ Cf. *Accra Declaration* [online]. [Acedido em 12 de outubro de 2009]. Disponível em: <http://africa.ifj.org/docs/psb-wa1-en.doc>.

¹⁴⁴ Cf. AIBD-UNESCO-FES. 2002. Recommendation. In *Seminar on Public Service Broadcasting in the Central Asian Republics*, 1-3- July, Bishkek, Kyrgyzstan [online]. [Acedido em 14 de outubro de 2010]. Disponível em: http://www.unesco.kz/ci/projects/aibd/psb2/presentations/alamty_recomm_eng.doc.

¹⁴⁵ Cf. The Bangkok Declaration. The 1st Conference of the Ministers on Information & Broadcasting in the Asia-Pacific Region May 27, 28, 2003 Bangkok, Thailand. Consultado em <http://www.aibd.org.my/node/693>, a 13 de outubro de 2009.

precisa de equilíbrio: ao nível da concentração empresarial, da prestação do serviço, da qualidade dos conteúdos, do cumprimento de obrigações particulares (Davies, 1999: 7-8) e da diversidade dos produtos disponibilizados (Nissen, 2006; Ward, 2006). O SP pode, na internet ganhar uma renovada importância como contrapeso e como marca de confiança, num mercado fracturado, e perante os novos *gatekeepers* (Nissen, 2006) como a Google ou o iTunes (EBU, 2007; Mendel, 2011).

Mas, sem indicadores que comprovem a eficácia dos *media* públicos na solução dos problemas já identificados, pode tornar-se difícil legitimar a sua existência enquanto solução concreta para estas questões (Hargreaves Heap, 2005). Por isso, Hargreaves Heap propõe mecanismos que ajudem a aferir qual a melhor resposta a cada uma destas causas de insuficiência de mercado. A provisão de informação pode ser medida qualitativa e quantitativamente. O excesso de programas que resultem em externalidades negativas podem ser analisados com recurso a um painel de avaliação que responda a queixas. A capacidade de a programação expandir horizontes pode ser medida de acordo com a diversidade da audiência. A inovação pode ser aferida através de testes de variância e *share* da audiência. A própria produção interna pode ser monitorizada através da instituição de quotas (Hargreaves Heap, 2005).

A adoção de metodologias como estas, enquanto instrumentos de avaliação contribui, pois, para a legitimação do SP num contexto, no qual é cada vez mais comum a argumentação determinista que lhe retira importância.

IV | O FUTURO DA RÁDIO DE SERVIÇO PÚBLICO

Depois de nos debruçarmos sobre o conceito de SPRT, importa-nos centrar o foco do nosso trabalho na rádio. Até agora tratámos de questões que maioritariamente são neutras em relação ao *medium*. Porém, no seguimento da evolução concetual inerente ao abandono da expressão PSB, e de forma a sustentar a abordagem que faremos à digitalização da rádio pública, na segunda parte do trabalho, entendemos que é essencial uma referência específica aos particulares desafios que se deparam a este meio.

Este capítulo tem, pois, duas partes: uma relativa ao futuro da rádio e à forma o meio se está a tornar num objeto multiplataforma, e uma outra centrada no futuro da rádio pública. O objetivo deste capítulo é, pois, duplo: por um lado, perceber as questões específicas relativas à digitalização da rádio; por outro, lançar as bases para a compreensão das opções recentes da rádio pública em Portugal. Complementarmente, são apresentados dados específicos sobre o meio na Europa, completando o caminho que começámos a percorrer no mais lato âmbito dos *media* de SP.

IV.1 | O ESTUDO DA RÁDIO

Como já referimos, considerámos que não era relevante para o objeto deste trabalho a constituição de uma revisão aprofundada das teorias clássicas da rádio. Optámos, pois, por uma referência sumária circunscrita aos principais desenvolvimentos da investigação, ou da teorização acerca de um meio que, em meados do século passado, já havia sido secundado pelo interesse académico suscitado pela televisão.

Na verdade, sempre que um novo meio aparece, emerge com ele uma retórica de confiança no seu contributo para a democratização do acesso à educação, para uma nova ordem social com menos diferenças entre classes, ou países e, sobretudo, para o aumento da participação política. Hoje, é assim com a internet. Tal como foi assim com a rádio (Spinelli, 2000). No momento do seu aparecimento, o entusiasmo em torno da rádio foi enorme. Quer enfatizando o campo ideológico, com Brecht, quer debruçando-se sobre o campo estético com Arnheim, a rádio ocupou um lugar central no pensamento da época. Arnheim, apesar de se debruçar, maioritariamente, nos seus escritos sobre a dimensão estética da rádio, referia a diluição das diferenças de classes (1938: 238). Brecht identificava as potencialidade democratizantes dessa nova forma de comunicação ([1932] 2005: 36).

Efetivamente, o trabalho de Brecht revestia-se de um carácter ideológico sobre o próprio funcionamento da rádio e sobre a relação que o meio deveria estabelecer com os ouvintes. A

preocupação de Brecht em que a rádio deixasse de ser um meio de distribuição e passasse a ser um aparelho de comunicação, tornou-se numa das referências mais vezes recuperadas, para a teorização da rádio e da internet.

"O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública (...) se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. A radiodifusão deveria, conseqüentemente, afastar-se dos que a abastecem e constituir os radiouvintes como abastecedores" (Brecht, 2005: 42).

Embora, como explica Zuculoto (2005: 51), possam encontrar-se nas ideias de Brecht "raízes do que hoje se reivindica como colocar a mídia sob o controlo público", o seu pensamento tem claras ramificações no ideal de serviço público ou função social. Isso é visível na sua intenção de informar: "todos os esforços da radiodifusão em realmente conferir, aos assuntos públicos, o caráter de coisa pública são totalmente positivos (Brecht, 2005: 42).

Enquanto Benjamin ou Brecht tinham um pensamento centrado nos aspetos ideológicos da rádio, Arnheim interessava-se pela forma. Como explica Meditsch (2005), a identificação de um mau uso da rádio através da importação das narrativas de outro meio, pode ser hoje uma base para caraterizar o mau uso da internet pelos *media* tradicionais. Efetivamente, na fase exploratória da internet havia um decalque de conteúdos ou linguagens oriundos de outros meios, desaproveitando a essência multifacetada do novo meio. Arnheim criticava a forma como a rádio, à época, servia meramente "como transmissor de outras formas de expressão" (Meditsch, 2005: 103).

O trabalho de Lazarsfeld seria estrutural para a chamada pesquisa administrativa, ou positivista. Lazarsfeld chegou mesmo a considerar que a pesquisa administrativa poderia ser o instrumento empírico da problematização suscitada pela escola crítica, no entanto essa união nunca aconteceu (Livingstone, 1998). Lazarsfeld trouxe, de forma marcante, a sua experiência matemática ao estudo dos *media*. Nos anos 30 ele começa a estudar a rádio, debruçando-se sobre a sua programação e a audiência e lançando a base da *mass communication research*. Essa quantificação do conhecimento característica do trabalho de Lazarsfeld, revelar-se-ia frustrante para Adorno (Livingstone, 1998), muito embora este último tivesse chegado a estar interessado numa ligação entre o pensamento crítico e a investigação positivista. Adorno considerava que os fatos empiricamente identificados poderiam ser comprovados teoricamente, ao passo que o contrário não era possível (Livingstone, 1998). Adorno não se juntou, pois, aos estudos de Lazarsfeld, muito embora também tenha teorizado sobre a rádio e sobre a música. Para ele, a rádio era um instrumento de normatização e autoritarismo social. E são essas reflexões, como explica Apostolidis (2002), que estão na base do texto que Adorno e Horkheimer escreveram quando fugiram da guerra, para os EUA: "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" (2002). Esse texto, foi escrito após um confronto com o sistema mediático norte-

americano. É uma obra central para a Escola de Frankfurt, na qual a rádio, tal como o cinema, é vista como um negócio, parte de uma indústria cultural que produz mercadorias para os consumidores. Adorno e Horkheimer usaram a expressão "indústria da cultura" ao invés de cultura de massas, para que não fosse possível interpretá-la de forma errada. Não se tratava de uma cultura espontânea das massas (Adorno, 2003: 97). O desenvolvimento das indústrias culturais era, sim, uma forma de fabricar lixo que pudesse manter a estratificação social (Horkheimer e Adorno, 2002). Ou seja, a rádio, para Adorno e Horkheimer era o perfeito instrumento de controlo, cujas potencialidades permitiam uma enorme eficácia na transmissão ao ouvinte passivo das dimensões implícitas e explícitas da mensagem política (Taylor e Harris, 2008).

A divisão entre as escolas crítica e administrativa durou muitos anos. Katz, porém, defendeu as virtudes da sua junção. Nesse espírito, o seu trabalho representa a fundação da investigação da comunicação de massas como um campo multidisciplinar, que recorre às outras áreas de estudo para contextualizar os *media* (Livingstone, 1998).

Habermas é um dos mais conhecidos pensadores da teoria crítica. A comunicação tornou-se num pilar central do seu pensamento. A forma como analisa o conceito de esfera pública (1984) e como os *media* estão ligados à sua decadência tornou-se referencial para os académicos da área da comunicação e, mais largamente, das ciências sociais. Habermas representa uma outra fase na Escola de Frankfurt, ao suplantar a sua clássica visão negativista. Numa primeira fase, o autor encontrou na comunicação mediada eletronicamente um potencial emancipatório, através da esfera pública, que não havia sido referido até então.

Nos anos 60, ou seja, três décadas antes de se começar a sonhar com as mudanças que a digitalização poderia trazer ao quotidiano, McLuhan (1995) mostrou como a tecnologia podia ser central na mudança da sociedade. Como explica Meneses, McLuhan, antecipou a emancipação produtora do recetor através da internet (2008).

Na verdade, a forma como se discute hoje a evolução da rádio (Meneses, 2008) é claramente devedora da ideia de hibridização de McLuhan, segundo a qual os velhos meios são apropriados, num primeiro momento, pelo novo. "Quando a história ou o roteiro cinematográficos foram aplicados aos artigos e matérias de idéias e de temas, o mundo das revistas descobriu um híbrido que acabou com a supremacia do conto" (McLuhan, 1995: 75). A sua imagem do "espelho retrovisor", ou seja, a análise do novo meio e das suas potencialidades através das características dos *media* anteriores é, igualmente, invocada na análise da internet. É neste sentido que, quando Bolter e Grusin (1999) adotam o conceito de remediação como característica da era digital, McLuhan está presente.

Deve ainda ser referido o desenvolvimento dos Estudos Culturais. Trata-se de um campo heterogéneo, que cruza diversas áreas na análise do seu objeto. O seu nascimento data dos anos 50 e 60, no âmbito do Centre for Contemporary Cultural Studies, em Birmingham, que teve uma época particularmente profícua nos anos 70. Os estudos culturais espalharam-se para lá da Grã-Bretanha, nomeadamente, para a América do Norte ou para a Austrália onde desenvolveram abordagens distintas. Por isso, como

explicam Gay e McGuigan (1993) ou Nelson, Treichler e Grossberg (1992) definir os estudos culturais sem um prefixo geográfico ou teórico, sem uma delimitação temporal, não é fácil. Porém, partindo da diversidade que caracteriza a investigação sobre os media, Dahlgreen, explica: "Cultural Studies's core concern is with culture as a key concept for understanding features of our contemporary historical situation" (1998: 52). Acompanhando as tendências de consumo dos *media*, os estudos culturais debruçam-se, cada vez mais, sobre realidades mais interativas e fragmentadas: "they will be important constituents of cultural change, of new forms of cultural stratification and perhaps of a reconfiguration of cultural power" (Dahlgreen, 1988: 60).

A incorporação do pós-modernismo nos estudos culturais resultou em desenvolvimentos teóricos em torno da heterogeneidade da cultura, com Derrida, Baudrillard, ou Lyotard, entre outros teóricos franceses (Dahlgreen, 1998). Os estudos culturais tornaram-se num centro estrutural já de si múltiplo, em cujas margens se desenvolve trabalho cada vez mais diverso. Sendo impossível uma citação de todas as obras de referência dos estudos culturais, optámos por referir uma das colectâneas mais consistentes nesta área, organizada por Gay e McGuigan (1993), na qual se encontram alguns textos fundacionais, que revelam as viragens e ramificações teóricas deste campo: aí se encontram textos de Raymond Williams, acerca da experienciação da cultura e da sua dimensão simbólica nas vidas quotidianas; de Stuart Hall, acerca da construção de sentido; de Nicholas Garnham, sobre o consumo e as indústrias culturais; de Roland Barthes, cuja influência estruturalista nos estudos culturais foi enorme; ou ainda de Edward Said, sobre as questões da etnicidade.

IV.2 | A TERCEIRA IDADE DA RÁDIO: O FRACASSO DO DAB E O SUCESSO DAS MÚLTIPLAS PLATAFORMAS

Como referimos, abordar a digitalização da rádio implica debruçarmo-nos sobre questões específicas do meio. Esse processo foi claramente diferente do que sucedeu com a televisão, como veremos. O quadro atual de desenvolvimento da rádio aponta, com alguma margem de segurança, para a possibilidade de convivência de várias plataformas no futuro. Ou seja, pensar a rádio como um meio audível apenas através do rádio dedicado à receção analógica terrestre é desadequado.

Antes disso, registemos um ponto prévio acerca do fim da rádio analógica. Já Meditsch (1995) classificava como um "lamentável engano" a ideia do declínio da rádio. Sabemos hoje que, em 2007, o número de ouvintes de rádio em Portugal é ligeiramente superior ao registado em 1994¹⁴⁶, e que a

¹⁴⁶ Cf. Dados do Bareme Rádio, da Markttest [online]. [Acedido em 03 de fevereiro de 2009]. Disponível em: <http://www.markttest.com/wap/a/n/id~d62.aspx>.

audiência acumulada de véspera (AAV) atinge os 56,3% do universo de inquiridos¹⁴⁷. A rádio não está moribunda. Tem-se reinventado para conseguir manter-se pertinente. Em mãos, tem agora o desafio da digitalização. É do domínio da incerteza, o futuro a médio prazo da rádio. Neste momento apenas se consegue pensar, com segurança, a próxima meia-dúzia de anos. Nesse período, sabemos que teremos uma rádio híbrida, múltipla e aberta. Ou seja, uma rádio que junta outras linguagens e outros recursos, como vídeo, texto, infografia, animação ou redes sociais; em múltiplas plataformas, como a internet, o satélite, o cabo, a difusão digital terrestre e as formas analógicas. Uma rádio que está aberta à participação dos ouvintes, às novas formas de consumo não-linear, à integração com as redes sociais, à consulta de arquivos e a outras parcerias. Não nos parece demasiado arriscado afirmar, mesmo pisando o domínio da incerteza, que a rádio do século XXI será assim. Porque mesmo que em alguns países se implementem modelos em torno da transmissão digital terrestre após um *switchoff*, em grande parte do mundo, as condições económicas manterão a rádio analógica como padrão, durante muitos anos.

As mudanças na rádio foram avassaladoras nos últimos anos do século XX e nos primeiros do novo milénio¹⁴⁸. O modelo de difusão existente, frequentemente, através da Onda Média (OM) ou da FM, direcionado para um recetor dedicado fixo, ou móvel, deixava de ser a única possibilidade. A rádio começou a ser transmitida através de cabo, satélite, redes de telecomunicações. A rádio chega aos computadores e aos terminais multimédia; chega através dos vários standards associados ao projeto Eureka 147, ou de sistemas análogos, como o IBOC ou o DRM. A rádio deixou de ser apenas áudio e apenas um fluxo sónico. A escuta repetida, diferida e não linear chega à rádio. Mas essas alterações fazem parte de uma mais ampla mudança. O contexto resulta dos já descritos movimentos de liberalização e desregulação que, como explica Cebrián Herreros (2001), obrigaram a enormes ajustamentos, quando passou a ser permitido a empresas de uma área atuarem em outras.

¹⁴⁷ Cf. Dados do Bareme Rádio, da Markttest [online]. [Acedido em 03 de fevereiro de 2009]. Disponível em: <http://www.markttest.com/wap/a/n/id~d62.aspx>.

¹⁴⁸ Para identificar os diferentes tipos de rádio digital, usamos em todo o trabalho uma adaptação da classificação proposta pelo consórcio Screen Digest Ltd, CMS Hasche Sigle, Goldmedia GmbH, Rightscom Ltd (Screen Digest *et al.* 2006: 23). Este relatório, preparado para a CE, divide a rádio digital em:

a - radiodifusão digital: DAB, DRM, HD-Radio/IBOC, bem como rádio transmitida através de plataformas de difusão televisiva digital por cabo, satélite ou terrestre;

b - rádio online: conteúdos radiofónicos transmitidos (streaming ou webcasting) através de protocolo TCP/IP. Não estão incluídos serviços de música;

c - podcasting: ou rádio on-demand refere-se tanto ao modo de distribuição como ao conteúdo; ficheiros distribuídos através da internet e consumidos posteriormente no computador ou num dispositivo móvel;

d - rádio móvel: rádio captada em dispositivos móveis, como telefones, através de banda larga móvel ou redes de telecomunicações; estão incluídos serviços de 3G através de UMTS ou HSDPA, assim como o DMB, da família Eureka 147.

Tendo em conta a partilha do suporte físico e a sua genealogia comum ao DAB, neste trabalho incluiremos o DMB no grupo da radiodifusão digital.

Para uma possível discussão sobre as designações atribuídas às variantes da rádio online, cf. Coyle (2000).

A digitalização da rádio é a terceira idade da rádio (Cebrián Herreros, 2001; Kleinstauber, 2010). Esta terceira idade, ainda imatura, começa a definir os seus modelos, primeiro por decalque, depois por superação dos que eram caraterísticos da fase anterior (Cebrián Herreros, 2001). A rádio, tal como todos os *media*, confrontam-se com três grandes tendências: digitalização, convergência e interatividade (Hendy, 2000b: 48). É a rádio que Paula Cordeiro (2011) apelida de R@dio:

"R@dio is the new concept, that is more interactive, more participatory, shareable, asynchronous, repeatable, reproducible, searchable, customizable, discontinuous, hyper-textual, not linear, convergent and on-demand".

Porém, o *digital way of life* apregoado em meados dos anos 90 (Negroponte, 1996), não foi avassalador na sua chegada. A receção analógica de rádio e da televisão não foi ainda banida de tantos países desenvolvidos. A arquitetura da inteligência coletiva (Levy, 1997) está longe de concluída. Essa é a realidade, também em Portugal, como mostram os estudos do Obercom. Aqui, a escuta da rádio tem um cariz muito tradicional, ou analógico.

"Os dados relativos à utilização da web, do telemóvel, e leitor de MP3 revelam taxas de uso reduzido, mas com subidas percentualmente expressivas entre 2008 e 2010 (de 1,7% para 4,0% no streaming online; 1,7% para 2,9% no telemóvel; 1,4% para 2,5% no leitor de MP3)" (Paisana e Vieira, 2011:31).

As mudanças chegam, mas lentamente. Porém, em 2010, já foram vendidos mais eBooks do que livros de capa dura pela Amazon¹⁴⁹. Van den Bulck (2007) considera que esse discurso volta a estar na moda, com todos os seus equívocos. Objetivamente, reafirmamos que não se crê que a rádio digital, por um longo período, possa passar a ser mais do que uma nova forma que coexiste com a sua versão tradicional. Na verdade, a transmissão através de uma multiplicidade de suportes é das previsões que maior consenso reúne no meio empresarial e académico (Ala-Fossi *et al.* 2008; Berry, 2006; Mullane, 2005; Shaw, 2006; Screen Digest, 2006). E os motores do processo, tal como nesta altura se constata, são a mobilidade e a personalização (Shaw, 2006).

Partindo da realidade atual, Ala-Fossi *et al.*, (2008: 18) descrevem quatro possíveis caminhos por onde a rádio poderia seguir. O cenário que os autores designam de "Torres de Babel" corporiza, *grosso modo*,

¹⁴⁹ Cf. TWENEY, D. 2010. Amazon sells more eBooks than Hardcover. *Wired* [online]. July, 2010. [Acedido em 20 de outubro de 2010]. Disponível em: <http://www.wired.com/epicenter/2010/07/amazon-more-e-books-than-hardcovers/>.

o que existe atualmente, com o predomínio da escuta analógica e linear e variedade de tecnologias digitais. O "Sonho DAB" consistiria num consumo maioritariamente linear e digital, mas com uma plataforma dominante. A "Diversidade Digital" seria visível em países que implementam sistemas diferentes e nos quais há competição de sistemas digitais de distribuição. Um último cenário é denominado de "Mercado Multimédia", e consiste em um ou mais *standards* que dominam o crescimento digital da rádio, perante a diminuição da presença da rádio analógica. Existe uma relação gradativa entre estes cenários. No primeiro, os conteúdos são fornecidos simplesmente por operadores de rádio. No último, os fornecedores de outros serviços têm uma importância no mercado, pelo menos tão grande quanto a dos operadores tradicionais. Também o consumo não linear, aumenta na mesma ordem (Ala-Fossi *et al.* 2008: 19). O cenário menos provável, por agora, é o de uma exclusividade do DAB ou de outro *standard* qualquer. Nesse contexto, o DAB e o DRM poderiam ser implementados de forma complementar (EBU, 2007b).

Neste trabalho, iremos abordar apenas os *standards* de rádio digital que são mais relevantes para o contexto europeu, embora existam mais sistemas, uma vez que o Japão e os EUA¹⁵⁰ adotaram outros modelos.

A rádio digital nasceu devido a um impulso determinista. Perante a disponibilidade dos meios técnicos, parecia impensável não evoluir, sob pena de se perder a competitividade (Kozamernik, 1995). A digitalização era um movimento amplo, incluía telecomunicações e suportes áudio, entre outras áreas, e a rádio não poderia ficar de fora (O'Neill, 2009).

A rádio digital assume várias formas, como já explicámos. Desde um *streaming* na internet até uma estação recebida pelo decodificador de televisão através de fibra óptica, por exemplo. Mas o processo foi iniciado tendo a digitalização da FM como objetivo prioritário. O DAB, que foi desenvolvido no âmbito do projeto europeu Eureka 147, no início dos anos 80, representava isso mesmo: a digitalização da FM. Este consórcio desenvolveu uma família de *standards*, integralmente baseada no sistema DAB que, atualmente, inclui¹⁵¹:

- o DAB, um sistema que usava o codec MP2, criado no âmbito do projeto, destinado à transmissão de sinal rádio;
- o DAB+, um sistema melhorado que resulta da adoção do *codec* MP4 e de outras melhorias técnicas, igualmente destinado à transmissão digital de rádio;
- o Digital Multimedia Broadcasting (DMB), que usa MP4 e que se destina à transmissão digital de vídeo ou rádio multimédia;
- o DAB IP: IP sobre standard DAB para transmissão de multimédia e televisão.

¹⁵⁰ Nos EUA existe rádio digital através de outro sistema, o HD Radio, um tipo de tecnologia In-Band On-Channel (IBOC). Existe também a rádio digital por satélite com o serviço SiriusXM Radio.

¹⁵¹ Cf. Informação técnica do World DMB Forum [online]. [Acedida em 24 de fevereiro de 2011]. Disponível em: <http://www.worlddab.org>.

O DAB constitui a base técnica sobre a qual assentam os outros sistemas. Ou seja, um *multiplexer* pode conter várias aplicações da mesma família (Herrmann, Erismann e Prosh, 2007).

Portugal esteve na vanguarda da instalação do DAB, na Europa. As primeiras demonstrações públicas foram ainda em 1998. O investimento foi feito e, no início do último triénio da década passada, 75% da população tinha acesso ao serviço. Mas o seu uso era residual. Em Portugal, não existem canais específicos em DAB, o que coloca o país numa situação particular: tem a rede montada, mas não a rentabiliza. Apenas emite estações em *simulcast*. As emissões da Antena 1, Antena 2 (com duas amostragens diferentes), Antena 3, RDP África e RDP Internacional, ocupam o leque de emissoras disponíveis. Segundo o World DAB Forum¹⁵², o processo está num impasse político e as opções mais prováveis no país são a mudança para o DAB+ ou para o DMB. Mas, tal como em Portugal, o DAB não vingou em muitos países. A tecnologia já foi comparada às cassetes Betamax^{153 154}. Hoje, apesar do ainda curto distanciamento, é particularmente visível o excesso de otimismo que existiu nos anos 90, sobretudo no seio da UER (Kozamernik, 1995).

O DAB prometia melhor qualidade sonora¹⁵⁵, mais estações num menor espaço radioelétrico, mais fácil sintonia, transmissão de dados no sinal, e uma sintonia menos sujeita a interferências em movimento causadas pelo terreno (Leary, 1993; Kozamernik, 1995). Aliás, o DAB foi, efetivamente, concebido para, numa utilização móvel, resolver muitos dos problemas que à época prejudicavam a escuta no carro (O'Neill, 2009). E, na verdade, como não é ainda possível *streaming* da Internet em autorádios, o DAB permanece como a possibilidade digital mais evoluída para replicar a portabilidade e mobilidade da rádio analógica.

Fatores como o custo dos aparelhos, falta de informação pública ou desadequação do modelo de negócio levaram a que o DAB não avançasse. O percurso do DAB na Europa explica-se, precisamente por essa ideia de "desadequação": "its limited success (...) had far more to do with failing to understand how the radio market operated and how audiences responded to radio rather than to the technology itself (Shaw, 2006:5). Mais: entre o início do planeamento do DAB e a sua implementação, muito mudou no sector, e o sistema tornou-se desadequado da realidade em que iria funcionar (Ala-Fossi *et al.*, 2008).

¹⁵² Cf. Informação relativa a Portugal no World DMB Forum [online]. [Acedida em 24 de fevereiro de 2011]. Disponível em: http://www.worlddab.org/country_information/portugal.

¹⁵³ Sistema de cassetes de vídeo analógicas desenvolvido na década de 70 e que, vencido pelo standard concorrente (VHS), acabou por desaparecer do mercado.

¹⁵⁴ PLUNKETT, J. 2008. Is DAB the Next Betamax?. *The Guardian*, de 29 de janeiro [online]. [Acedido em 04 de fevereiro de 2010]. Disponível em: <http://www.guardian.co.uk/media/2008/jan/29/radio.digitaltradio>.

¹⁵⁵ A qualidade do som do sistema DAB pode ser próxima da do CD, em condições ideais. No entanto, isso raramente acontece, como mostram os testes de Spikofski e Klar (2003). O padrão da qualidade próxima à do CD é conseguida com bitrates de 256 kbps. Embora o DAB transmita, em regra a 192 kbps, muitas estações baixam o valor de forma a que o *multiplexer* possa albergar mais programas. Muitas rádios inglesas transmitem a 128 kbps, o que representa uma diferença perceptível em relação à qualidade esperada e algumas rádios de palavra chegam mesmo aos 64 kbps (Mullane, 2005; Screen Digest *et al.*, 2006). No entanto, ainda não se percebeu se a qualidade sonora será um factor decisivo para a migração dos ouvintes (Screen Digest *et al.*, 2006).

Entretanto, as experiências do Reino Unido e da Dinamarca mostram que o DAB tem problemas de cobertura sobretudo para as estações locais (EBU, 2007b). Assim, a receção da transmissão terrestre manteve-se, na Europa, maioritariamente, analógica. E hoje, o sistema já não é considerado como a melhor hipótese (Ala-Fossi *et al.*, 2008; Screen Digest *et al.*, 2006). Muitos países optam agora pelo DAB+, um modelo mais eficiente, ou pelo DMB, que permite serviços de televisão móvel e rádio multimédia. Mesmo o DRM, ou o DVB são considerados melhores tecnicamente, economicamente e ao nível da gestão do espectro. Uma das diferenças mais importantes em relação ao DAB é a possibilidade de otimizar a qualidade sonora, ocupando menos espaço. Isto porque um dos problemas comerciais do DAB sempre foi a necessidade de um compromisso dentro do *multiplexer*: mais qualidade sonora, menos serviços (Mullane, 2005; Rudin, 2006).

Usando como critérios o número de recetores, de estações, ou a área abrangida, pode afirmar-se que o DAB tem uma boa implementação em países como a Bélgica, a Alemanha, a Noruega ou a Dinamarca (Lax *et al.*, 2008). Mas o seu maior sucesso reside na Inglaterra, onde as vendas de recetores de rádio digital já superaram as de rádios analógicos (Howard, 2005). O caso britânico tem particularidades únicas. Uma vez que existia saturação e indisponibilidade de frequências em FM, o sector comercial teve todo o interesse em ter um papel de liderança no processo (Lax *et al.*, 2008). Como contrapartida, o sector privado, além das frequências novas, ainda ganhou alguma autonomia regulatória sobre os conteúdos, o que veio torná-lo ainda mais forte (Rudin, 2006). Sem esse incentivo, o sector privado não se teria envolvido (Shaw, 2006).

Em todo o mundo, em 2007, os sistemas Eureka 147 tinham sido testados em cerca de 40 países, com particular relevo para a rádio digital na Europa e para a televisão móvel através do DMB, na Coreia do Sul (Herrmann, Erismann e Prosh, 2007). Nesse ano, o DAB era o sistema mais implementado, no seio dos membros da UER, onde tinha sido aplicado por 20% dos operadores públicos. No entanto, não há dúvidas acerca do ponto em que a digitalização da radiofusão se encontra: 35% dos operadores não tinham avançado com DAB, DRM, DMB-T, ou DVB-H (Schulzicki, 2007). E mesmo alguns dos que tinham avançado com a nova infraestrutura de difusão, não haviam desenvolvido o sistema.

Na Europa, a atitude face à sua implantação é diversa. Num extremo, encontra-se o pleno empenhamento e aceitação no Reino Unido. No outro, encontramos exemplos que vão das reticências da Irlanda ao completo abandono da Finlândia (Lax *et al.*, 2008), ou à oposição dos maiores operadores franceses (Screen Digest, *et al.*, 2006). Em Portugal, a definitiva barreira ao desenvolvimento do DAB terá sido a falta de oferta de canais diferenciados e de recetores acessíveis. Em 2006, Portugal era, efetivamente, o país com menor oferta de serviços em DAB. Mas não diferia da generalidade dos estados onde o sistema tinha sido implementado, uma vez que a maioria tinha, simplesmente, transferido canais da FM (Screen Digest *et al.*, 2006). Os exemplos de maior sucesso na Europa mostram que não há motivos para um consumidor migrar para o digital se não houver uma maior escolha (Howard, 2005; Screen Digest *et al.*, 2006). Mas em situações em que o DAB representa mais oferta, a resposta da audiência existe (Shaw, 2006). E, como já dissemos, em Portugal isso nunca aconteceu.

O DAB IP foi testado em Londres em 2006 e os resultados foram animadores em relação à receptividade que um telefone móvel com rádio DAB, televisão móvel, guia de programação¹⁵⁶ e interatividade, poderia ter no mercado (Lloyd, MacLean e Stirling, 2006).

O DRM é um sistema mais recente que o DAB. O Consórcio Digital Radio Mondiale foi oficialmente criado na China, em 1997. Enquanto o DAB era conhecido como a FM digital, o DRM era conhecido no meio como a OM digital. Efetivamente, o DRM30 destina-se à banda AM (ondas curtas, médias e longas), o que lhe permite cobrir grandes distâncias. O DRM+, que foi, posteriormente, desenvolvido, veio cobrir o espectro das bandas I e II, usadas pelo FM. Esta tecnologia não usa as mesmas frequências que o DAB, uma vez que este funciona, em regra, nas bandas III e L, embora possa ocupar o espectro acima dos 30 Mhz¹⁵⁷.

Efetivamente, as frequências em AM estão a ser alvo de uma aposta particularmente interessante, para além do DRM30. O AM Signaling System (AMSS), um sistema semelhante ao RDS, permite que alguns dados sejam transmitidos no sinal, o que possibilitará que as rádios analógicas em AM sejam identificadas pelo nome no visor de um rádio DRM (Murphy e Poole, 2006). Com a nova tecnologia, as frequências de transmissão em AM, que, atualmente, são obliteradas no mercado, podem recuperar uma relevância perdida. Na verdade, apesar de ter menos potencialidades na transmissão de dados, o DRM tem sido visto por muitos como uma forma mais interessante de avançar para a digitalização sem afrontar o *status quo* das estações, tal como aconteceria com o DAB, em relação à FM (Ala-Fossi *et al.*, 2008).

Tal como noutros momentos da história dos *media*, existe uma aproximação entre a indústria e os operadores (Howard, 2009). O caso britânico mostra, aliás, como o desenvolvimento do DAB acabou por resultar de uma aliança inusual entre os sectores público, privado (incluindo a indústria) e político (Rudin, 2006). Em Inglaterra, a própria BBC envolveu-se, com a colaboração de uma universidade, no desenvolvimento de recetores (Shaw, 2006). Essa é uma das lições britânicas: o envolvimento global é condição essencial à implantação de um novo sistema (Ala-Fossi *et al.* 2008; Screen Digest *et al.*, 2006). Além disso, compreende-se que essa articulação seja essencial num momento de transição. Importa que todos os que podem estar relacionados com o processo compreendam as expectativas e necessidades mútuas. Dessa forma, os operadores sabem que os seus serviços serão suportados pelos novos recetores e os fabricantes asseguram-se de que as funcionalidades dos seus aparelhos correspondem a serviços existentes. É por isso que se definem padrões, ou perfis, de aparelhos de rádio. Assim, não só pode haver interoperabilidade em países diferentes, como a indústria e os consumidores sabem que existem padrões mínimos de funções para os recetores que compram (Flynn, 2010; Howard, 2009).

¹⁵⁶ Electronic Programme Guide (EPG).

¹⁵⁷ Cf. quadro 2.

A definição dos perfis para os recetores da família Eureka 147 data de 2008 (Flynn, 2010) e a dos perfis DRM ocorreu em 2010 (Howard, 2009). De acordo com eles, o mercado terá vários tipos de recetores. O DRM tanto pode constituir uma experiência de áudio simples, como pode ser recebido com qualidade audiófila e com formato multimédia. Os recetores Eureka 147 estarão divididos em três níveis: um básico, que capta áudio de todos os formatos da família e texto; um intermédio, que acrescenta suporte de imagem estática e capacidade de armazenamento; e um recetor avançado, que descodifica também vídeo DMB (Howard, 2009).

O que pode ser constatado, mais de uma dezena de anos após as primeiras incursões da rádio digital, é que - excluindo alguns países - o conceito não é conhecido do grande público (Lax *et al.*, 2008). A multiplicidade de plataformas não incentiva a uma fixação da tecnologia. O mercado perde-se em incertezas e esse pode ser um motivo de insucesso. A escolha de um sistema, mesmo dentro da mesma família, como é o caso da Eureka 147, depende de análises de custos e dos serviços que, efetivamente, devem estar disponíveis (Skiöld, 2006). No caso da família DAB, o próprio investimento já realizado é um fator determinante para a análise. Para já, o World DMB Forum e a UER acordaram que seria largamente vantajoso para o mercado se houvesse apenas uma plataforma de rádio digital e se essa plataforma usasse como designação, ao invés de qualquer acrónimo, a denominação "Rádio Digital" (Morello e Vermaele, 2008).

O futuro digital da rádio a longo prazo é uma incógnita. Certo é que a possível fragmentação regulatória na Europa não ajudará à adoção de tecnologias (Ala-Fossi *et al.*, 2008). Nem mesmo os operadores estão de acordo sobre o *standard* que mais beneficiaria o meio (Ala-Fossi *et al.*, 2006). Perante isso, os investimentos da indústria poderão materializar-se em recetores multiplataforma (Ala-Fossi *et al.*, 2008).

IV.2.1 | A DIGITALIZAÇÃO DA RÁDIO: ENTRAVES E OPORTUNIDADES

Neste âmbito, importa-nos perceber porque é que a digitalização da rádio teve um desenvolvimento diferente do que se verificou na televisão. Nos últimos anos, o mote tecnológico em alguns países europeus tem sido o *switchover*. O fim da difusão analógica (*switch-off*) da televisão e a transição para a transmissão digital é um processo que tem decorrido nos vários estados-membros a diferentes velocidades, apesar da pressão da CE ser grande já desde 2003¹⁵⁸. O processo, claramente, tem estado

¹⁵⁸ Duas comunicações são da maior relevância neste processo: cf. *Communication of the European Commission "on the transition from analogue to digital broadcasting (from digital 'switchover' to analogue 'switch-off')"*, COM (2003) 541, final; *Communication of the European Commission "on accelerating the transition from analogue to digital broadcasting"*, COM (2005) 204, final.

tanto dependente de fatores tecnológicos e económicos, como políticos¹⁵⁹. No entanto, existe uma natural desconfiança das populações face aos objetivos políticos por detrás do processo (Klein et. al 2004). Em alguns países, como Portugal, a desconfiança chegou a aumentar em determinados grupos sociais, após a existência de tentativas de burla a algumas camadas da população¹⁶⁰.

O processo da televisão¹⁶¹ tem avançado pela Europa (Iosifidis, 2006; 2007), com a meta de 2012 em mente. O facto é que a televisão digital terrestre (TDT) se tornou prioritária ao nível das políticas europeias, como iremos explicar. Quanto à rádio, não há, ainda, data para o *switch-off* (EBU, 2007).

O DAB deve ser contextualizado na Europa dos anos 80. Ele começa a ser pensado na Alemanha, em 1981 (Rudin, 2006). Nasce de circunstâncias específicas e representa ideais. Não é coincidência que o DAB tenha surgido num momento de investimento político na Europa e no seu mercado único. Esta tecnologia representa um ideal muito europeu, na sua origem (O'Neill, 2009; Rudin, 2006). Entre outros objetivos, o DAB foi visto como uma possibilidade de encontrar um *standard* comum em todo o continente, que pudesse dinamizar a indústria interna de recetores contra a sua competidora japonesa (O'Neill, 2009; Rudin, 2006).

No entanto, o sector da rádio ficou para trás (O'Neill, 2009), depois do apoio inicial dado pela CE ao DAB (Rudin, 2006). Segundo O'Neill (2009), a rádio foi vista, sobretudo, como um meio local, pelo que os estados-membros deveriam ser autónomos no seu desenvolvimento. Foi isso que conduziu a uma fragmentação e a uma desaceleração do processo. Efetivamente, a limitação colocada pelo idioma remete a rádio aos mercados locais, negando-lhe a possibilidade de transpor fronteiras e criar um mercado único (Screen Digest *et al.* 2006), afastando-a da política audiovisual europeia. Assim, compreende-se que a digitalização da rádio nunca tenha tido um impulso semelhante ao dado à televisão pela UE (Ala-Fossi *et al.* 2008). Falhou, pois a uniformização europeia da rádio digital:

"Ironically, it was the failure of the radio industry as a whole to convince the European Commission of the 'Europeanness' of Eureka-147, or that there was a European question that merited intervention, that led to a situation where it received only fragmentary support" (O'Neill, 2009: 20).

¹⁵⁹ Cf. Comunicação da Comissão Europeia *Prioridades da política comunitária do espectro na transição para o digital no contexto da próxima Conferência Regional de Radiocomunicações da UIT, de 2006 (RRC-06)*, COM (2005) 461, final.

¹⁶⁰ Cf. ANACOM. 2011. *TDT - Proibição de Práticas Comerciais Desleais*, 23 de maio de 2011 [online]. [Acedido em 30 de maio de 2011] de maio de 2011. Disponível em: <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1085527>.

¹⁶¹ Por vários motivos, desde a reduzida quantidade de espectro libertado, ao desconhecimento pelo público das vantagens da rádio digital, passando pelo investimento individual. Cf. *Communication of the European Commission "on the transition from analogue to digital broadcasting (from digital 'switchover' to analogue 'switch-off')*, COM (2003) 541, final.

Outro revés foi a não adoção do sistema nos EUA, o que aniquilou as hipóteses futuras de o DAB vir a ser globalmente tão aceite como a FM ou AM (Rudin, 2006). Nos últimos anos, com a responsabilidade pelas decisões repartida entre os estados-membros e os respectivos sectores de radiodifusão, a atitude tem variado entre o displicente "esperar para ver" e a prudência. A recente preocupação com os défices nacionais e adoção internacional de medidas de austeridade económica têm feito recuar os ímpetus investidores de muitos governos. E a reduzida escala de muitas rádios impede-as de avançar.

A evolução do mercado, entretanto, gerou uma oferta mais ampla de recetores, com preços de base acessíveis (Herrmann, Erismann e Prosh, 2007) para os mercados em que o DAB se implantou. No entanto, os recetores de rádio digital ainda são mais caros do que os analógicos, e os consumidores sabem que os rádios são tradicionalmente baratos e não vêm razão para mudar isso (Screen Digest *et al.*, 2006). O processo é de difícil solução em alguns casos. Porque a adoção de diferentes *standards* fragmenta o mercado e a falta de economia de escala não resulta na massificação de recetores de baixo preço (Screen Digest *et al.*, 2006). Essa incerteza tem resultado, para além da timidez do mercado, numa falta de informação dos cidadãos e numa falta de vontade política (Screen Digest *et al.*, 2006).

Alguns operadores defendem a necessidade de um apoio da CE à digitalização da rádio como forma de criar confiança no mercado, e uma regulamentação que defenda a rádio dos grandes operadores de telecomunicações na gestão do espectro disponível (Screen Digest *et al.*, 2006). A UER considera que esse apoio resolveria o impasse. No entanto, essa não é uma posição consensual, a Association of European Radios, é partidária das vantagens da gestão a nível local (Screen Digest *et al.*, 2006). De todo o modo, nem o mercado pode ficar de fora do processo (Iosifidis, 2006), nem os enquadramentos podem ser pensados a curto prazo (Coutard, 2001). Na falta desse estímulo europeu, todos os intervenientes afastam o risco. O desenvolvimento da rádio digital depende de um ciclo no qual nenhum interveniente quer ser o ponto de partida. A circularidade dos argumentos não permite fugas (Screen Digest *et al.*, 2006): se não há valor acrescido nos conteúdos, o público não migra; se não há público, o sector comercial (publicitários e operadores de rádio) não avança; se não há mercado, os fabricantes de recetores não massificam os aparelhos; se não há aparelhos, não vale a pena os operadores investirem em serviços que não vão ser consumidos. No final, se não se constitui uma dinâmica de mercado, dificilmente a relevância cultural da mudança vai justificar o avanço do processo. Hoje, é evidente que o processo de digitalização da rádio através do DAB, enquanto desígnio europeu, falhou. O recente reconhecimento dos *media* comunitários pelas instâncias europeias¹⁶², como um sector específico, trouxe a rádio, embora timidamente, para o seio das emanções

¹⁶² Cf *Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue* (Adopted by the Committee of Ministers of the Council of Europe on 11 February 2009 at the 1048th meeting of the Ministers' Deputies); European Parliament resolution of 25 September 2008 on *Community Media in Europe*, (2008/2011(INI)); 1st Council of Europe *Conference of Ministers responsible for Media and New Communication Services: A new notion of media?* 28-29 May 2009, Reykjavik, Iceland.

comunitárias. Mas a digitalização da rádio pode estar condenada a um prolongado segundo plano na agenda política.

A rádio *online*, bem como os *podcasts*, não precisam de incentivos da mesma forma que a radiodifusão digital precisa (Screen Digest *et al.*, 2006). O desenvolvimento de rádios online é barato até um determinado número de ouvintes, o que torna este meio particularmente atrativo para canais temáticos (Kozamernik e Mullane, 2005; Tacchi, 2000), ao contrário do DAB. Efetivamente quando se discute o futuro da rádio, a internet, tal como o satélite, são considerados apostas caras pelos operadores (EBU, 2007b). Em causa estão constrangimentos que acabam por ser comuns entre a internet e a rádio móvel: o *streaming* (que não é compatível com muitos utilizadores simultâneos), os direitos de autor e a regulamentação da publicidade (Screen Digest *et al.*, 2006). Para as rádios pequenas, o custo do DAB é superior a outras opções, quer analógicas, quer digitais (EBU, 2007b). O *podcast* é, por natureza, um produto altamente acessível, ao nível da produção.

Nas plataformas móveis, existe, igualmente, uma grande diversidade de sistemas operativos, o que não facilita o desenvolvimento de serviços. Além disso, como refere o relatório de Screen Digest *et al.* (2006), neste campo, a rádio tem de competir com os serviços de televisão e de música e, por vezes, com as próprias operadoras de telecomunicações (Screen Digest *et al.*, 2006).

Um dos fatores que dificulta a transição das pequenas estações é a necessidade de uma adaptação de modelos de negócio (Screen Digest *et al.*, 2006). Os tradicionais anunciantes da rádio analógica, sobretudo das rádios locais, não têm interesse em pagar para serem anunciados a ouvintes de outros países (e, por vezes, mesmo de outras regiões). E como as transmissões *online* implicam o pagamento de direitos, a falta de anunciantes, pode tornar essa forma de distribuição pesada para a estação (Screen Digest *et al.*, 2006). Seguramente, a geração de receitas resultará da adoção de novos modelos, para além da publicidade (EBU, 2007b). Desde logo, porque a possibilidade de personalização dos conteúdos consumidos poderá determinar a quantidade de publicidade a que cada ouvinte estará sujeito. De todo o modo, a consulta de conteúdos de arquivo poderá ser paga e as fronteiras alargadas na internet, são, potencialmente, interessantes para os anunciantes.

Para as rádios e para os anunciantes, a fragmentação do público representa um outro desafio para os modelos de financiamento tradicionais. Mas há duas tendências relevantes, sobretudo *online*, que devem ser tidas em conta. Assim, embora as audiências sejam mais pequenas, elas são mais facilmente identificáveis através de perfis específicos, uma vez que procuram (e encontram) canais de temáticas restritas (Shaw, 2006). Ao mesmo tempo, o conceito de anúncio é superado, através das hiperligações, pela possibilidade da venda efetiva (Shaw, 2006). É por isso que Cebrián Herreros (2001) considera que a publicidade da rádio *online* é mais eficaz. Evidentemente, não pode ser desprezado o facto de, apesar das limitações de natureza qualitativa, a medição das audiências na internet ser facilitada pelo registo do tráfego. Desde logo, todos os cliques efetuados dentro de um *site* são registados, o que permite responder quantitativamente a uma enorme variedade de perguntas, que vão desde a proveniência do utilizador, ao seu comportamento na página, à duração da audição, aos conteúdos

preferidos, entre muitas outras; a utilização de *cookies* permite saber se o utilizador está a regressar ou se visita a página pela primeira vez (Kozamernik e Mullane, 2005).

Vale a pena recordar como o conhecimento da audiência da rádio para fins publicitários ou de estruturação da emissão começou a ser feito com base em classificações por grupos ou tipos. Naturalmente, isso resultou numa estandardização dos programas, e em volatilidade e falta de lealdade dos ouvintes, uma vez que a rádio se começou a dirigir ao grupo e não ao indivíduo (Rothenbuhler, 1996). A formatação das emissões foi disso consequência. As suas vantagens económicas foram e são inegáveis (Rothenbuhler, 1996) e partem de uma correspondência entre formatos e tipologias de público. A rádio online, ao permitir um conhecimento maior da sua audiência, veio representar uma oportunidade única para o ouvinte escapar à formatação despersonalizada que a racionalização económica trouxe à rádio tradicional (Berland, 1993; Rothenbuhler, 1996) e que, desde os anos 80, se tem vindo a tornar dominante (Glevarec e Pinet, 2008). A possibilidade de tornar viáveis modelos de estações para nichos e mesmo as possibilidades da interatividade, permitem um outro tipo de relação com a audiência, potenciando laços mais fortes de proximidade com o emissor.

Uma dimensão que, até agora era exclusiva da rádio e que, de certa forma, funcionava como grande mais-valia do meio, era a possibilidade de consumo da rádio enquanto se executam outras tarefas. Essa simultaneidade, aliada à portabilidade do rádio, não era possível com nenhuma outra plataforma, como explica Meneses (2007), mas essa exclusividade terminou com os serviços de venda de música digital, os leitores portáteis de MP3 (e seguintes formatos), ou mesmo os telemóveis com ligação GPRS ou superior. A digitalização veio implicar outra repartição de mercado entre a rádio e a internet. A rádio (principalmente, a rádio musical), que foi, durante décadas, o meio privilegiado para o público se atualizar musicalmente, passou a repartir essa função com a internet, que oferece um espaço muito mais multifacetado para a divulgação e mesmo autopromoção de artistas (Meneses, 2007). Toda a dinâmica da rádio foi alterada: "habituada a fabricar os sucessos, confronta-se com uma nova realidade: ter de se associar a esses sucessos para não perder ouvintes - que provavelmente já os conhecem de outros acessos" (Meneses, 2007: 5). No sector musical, a internet tem sido uma oportunidade, mas também uma ameaça.

"Ou seja, a rádio ganhou finalmente concorrência no seu terreno preferencial, o da acumulação e o da portabilidade, e no seu conteúdo mais apetecível, a música (...). a nova música deixou de chegar quase exclusivamente pela rádio: chega agora através das muitas faces da Internet («downloads», canais «streaming», «podcasts», páginas oficiais ou oficiosas, troca de ficheiros em memórias portáteis). É, claramente, na comparação com outros suportes tecnologicamente mais evoluídos que se percebem as limitações da rádio" (Meneses, 2008: 203).

A internet representa, por agora - e no horizonte próximo, o melhor complemento das emissões tradicionais ao permitir outras opções de consumo, para além do modelo baseado no fluxo. Uma das novas possibilidades com maior relevância é a consulta de conteúdos previamente transmitidos na emissão linear, em *streaming* ou para descarga. Essa funcionalidade levou ao desenvolvimento de aplicações para os novos dispositivos móveis como os *tablets* ou os *smartphones*. O *iplayer*¹⁶³ da BBC é um bom exemplo. Permite ver ou ouvir conteúdos televisivos ou radiofónicos sete dias após a sua emissão, em *streaming* ou em *podcast*. Segundo Meneses (2008), a rádio online continuará a oferecer serviços pensados para uma audição passiva e simultânea, mas irá, igualmente oferecer possibilidades de escolha alargadas, com recurso a novas linguagens e filosofias de programação. A rádio poderá adotar o conceito de produção de conteúdos, ao invés da lógica de grelha de emissão ininterrupta. Para combater a música a pedido, o único caminho será a potencialização dos seus elementos humano e de proximidade (Meneses, 2008).

De todo o modo, importa sublinhar como a lógica do *podcast* marca uma cisão em relação ao modelo de fluxo. O *podcast* está relacionado com mudanças conceituais no sector. Ao contrário do que acontecia com a rádio tradicional, o *podcast* baseia-se no conteúdo e não no formato (Berry, 2006). Por isso, a adaptação das políticas editoriais é central na mudança em curso. Isto é, não basta pensar numa programação em fluxo sonoro, é preciso pensar em criar para arquivo, para a criação de dossiês temáticos, para canais especializados e para uma perfeita articulação com linguagens e conteúdos para além do áudio (Coutard, 2001). O facto de o *podcast* ter por base a identidade específica do seu conteúdo será decisivo na relação que se vai estabelecer entre este e a rádio tradicional. Num contexto em que os ouvintes procuram algo específico, a fonte do conteúdo poderá não ser tão importante como o facto de ele corresponder exatamente ao que se pretende (Berry, 2006). O *podcast* é importante como forma de manter um arquivo que permita izações, mas é, sobretudo enquanto complemento, oferecendo conteúdos para minorias, que ele conseguirá uma melhor articulação com a rádio tradicional (Berry, 2006). Neste contexto, deve ser identificada uma possível alteração do comportamento dos ouvintes. Efetivamente, a própria escuta pode, cada vez mais, ser diferente, distanciando-se da tradicional escuta em segundo plano. A escuta dos conteúdos *on-demand* será, em princípio, propositada e, portanto, tendencialmente mais atenta (Berry, 2006). Porém, apesar de toda esta evolução que a rádio irá sofrer, ela nunca deverá perder de vista uma das características que a tornou (e ajudou a manter como) um meio único: a emoção da partilha de um determinado contexto com o ouvinte, em direto e ao vivo (Cebrián Herreros, 2001; Shaw, 2006).

¹⁶³ Cf. o site da BBC em <http://www.bbc.co.uk/iplayer/radio>

É neste contexto que novos modelos de financiamento estão a nascer, como explica Shaw (2006): é o caso da subscrição de pacotes de estações, do micro-pagamento (para conteúdos on-demand) ou da utilização da plataforma para outros serviços que não a rádio (o que é permitido no DAB, por exemplo).

IV.3 | A RÁDIO PÚBLICA NO SÉCULO XXI

A rádio será então multiplataforma, pelo menos no futuro próximo. Mas antes de nos debruçarmos sobre a forma como as rádios públicas estão a responder a este contexto, deixemos a dimensão tecnológica e recuemos alguns anos para que se compreenda melhor a sua inserção na já descrita evolução dos *media* públicos. A ligação da rádio ao estado influenciou o seu desenvolvimento na Europa e o seu lugar no mercado. O controlo da rádio pública pelos governos prolongou-se durante décadas, apesar de não podermos estabelecer um padrão transversal dessa influência, dadas as diversidades existentes entre países. Essa tradição, apesar de estar, de forma geral, terminada, marcou o sector da rádio, mesmo depois dos processos de desregulação e liberalização. Pode dizer-se que, após a abertura dos mercados e a multiplicação das estações, o Estado seguiu a rádio pública. Isso aconteceu em praticamente toda a Europa (Bamberger, 1997). A aniquilação da rádio pública nunca foi uma opção, face ao desenvolvimento do mercado.

O processo de liberalização da rádio foi, ora anterior, ora simultâneo ao que se passou na televisão. E, apesar de algumas características particulares à rádio, que não tiveram replicação no sector da televisão - como a explosão das estações piratas, há uma partilha de desafios e tendências entre os dois meios. A rádio pública, após a chegada da competição passou por um período de adaptação, do qual, em alguns casos, saiu enfraquecida. Lutou para encontrar o seu lugar na nova ecologia mediática. E continua a fazê-lo, tentando destrinçar campos outrora bem definido dentro dos conceitos de SP, de difusão e do próprio mercado. Por um lado, tivemos as rádios privadas que se implantaram com formas até então ligadas ao SP, como as rádios temáticas informativas ou de música clássica; por outro, as estações públicas que cederam à competição, ignorando níveis mínimos de diferenciação ou qualidade (Marti, 1995). A abertura do mercado permitiu, igualmente, o aparecimento, quer de estações automatizadas, quer da rádio formatada. A proliferação de rádios temáticas, sobretudo as musicais ligadas aos *hits* ou aos *oldies*, foi um fenómeno transversal no continente europeu (Marti, 1995). Não só a rádio fazia uso do seu principal atrativo, a música, como o fazia através de uma forma muito barata. Em regra, essa viria a ser a tendência do mercado, de forma maioritária nas rádios comerciais, mas também em algumas estações de SP: a formatação das programações (Ahlkvist, 2001). Foi o resultado de progressos tecnológicos, das novas filosofias de gestão, e do novo mercado (Ahlkvist, 2001). O sector comercial caminhou para uma americanização, que resulta da racionalização e automatização dos processos de programação, e que se estendeu a todo o mundo (Ahlkvist, 2001). As *playlists* e as rádios

despersonalizadas representaram a supremacia de uma filosofia "tecno-racional" tão em voga na época (Ahlkvist, 2001; Ahlkvist e Faulkner, 2002).

Apesar das diferenças inerentes ao meio ou à escala do negócio, a rádio, tal como a televisão, também se tornou permeável aos formatos internacionais, de produção acessível e aspeto sofisticado. Basta lembrarmo-nos do Top 40 americano, que a ABC vendeu para adaptação em sessenta países e traduziu em mais de vinte línguas, tudo devido às potencialidades do satélite e da digitalização (Lewis, 1994).

Não houve uma universalidade nas respostas ao alargamento do mercado, o que aliás pode ser conferido nos modelos de Jakubowicz (2003) já descritos. Mas um dos modelos mais comuns resulta de uma hibridéz. O modelo de programação baseado no *mainstream* diurno e na especialização nocturna é bem antigo. Essa segmentação acabaria por servir de mote à BBC 1, criada em 1967, que tinha como lema "ratings by day, reputation by night" (Hendy, 2000: 744). Encontramos esse modelo, por exemplo, na Antena 1, ou na Antena 3 da RTP, que colocam os programas de autor no período nocturno. O inconveniente, como Hendy (2000) explica, é a ausência de fertilização cultural entre públicos. Ou seja, há uma compartimentação de públicos-alvo que não tem como prioridade o alargamento de horizontes dos destinatários, ao incentivá-los a tomar contacto com outros conteúdos.

O ataque às rádios públicas pela falta de diferenciação foi e é idêntico ao que sucedeu com a televisão. Em Inglaterra, a BBC 1, que é uma rádio de música jovem teve, durante muito tempo, o monopólio da música pop no país (Hendy, 2000). Quando centenas de rádios passaram a oferecer o mesmo produto que esta rádio oferecia, começaram a surgir pressões para a sua privatização (Hendy, 2000). Se havia uma larga oferta no mercado privado, qual era a pertinência deste canal de SP? Apesar das diferenças de escala, a rádio não difere da televisão nesse aspeto. Efetivamente, há muitos países onde os operadores privados exercem uma forte pressão para tentar que não haja o que consideram ser uma distorção de mercado. Em França, o chamado *plan bleu* mudou a paisagem radiofónica francesa, com a reestruturação do operador público, em 1999. O processo foi largamente contestado pelo sector privado, que considerava que a Radio France não deveria ter liberdade de alterar a sua oferta de forma arbitrária (Price e Raboy, 2003). A alegada falta de controlo sobre o financiamento na Alemanha e sobre os privilégios na Itália, bem como a distribuição de frequências que, na Holanda privilegia os canais públicos, são apenas alguns exemplos da luta que os operadores privados de rádio têm travado em toda a Europa. A própria BBC, ao ser (ao contrário do sector privado) parcialmente autoregulada, teve, até há pouco tempo, liberdade para alterar a sua estrutura como entendesse (Price e Raboy, 2003), o que era contestado pelo mercado. Embora com menos visibilidade, são várias as situações em que os operadores privados de rádio sentem e contestam o privilégio do SPRT.

A tendência geral que resultou dos objetivos do SP, tal como foram idealizados na era da radiodifusão, foi a da criação de um canal generalista principal. E isso, como explica Bamberger (1997), moldou a forma como os europeus se habituaram a ouvir a rádio. Posteriormente, e de forma geral, foram criados canais culturais, normalmente de música clássica; canais para os mais jovens, ligados à música popular; estações locais; e, em alguns países, canais temáticos informativos (Bamberger, 1997: 8-10).

O quadro seguinte¹⁶⁴, construído, maioritariamente, a partir de dados da UER (EBU, 2004) permite uma visão geral sobre a rádio pública na Europa.

¹⁶⁴ Pela complexidade estrutural do sector de rádio pública na Alemanha, optou-se – apesar da sua importância, pela não inclusão neste quadro, tendo em conta a limitação comparativa que existia em relação às outras realidades. Para uma ideia sólida do SP de rádio na Alemanha, cf. Tracey (1998), Mediadem (2010), Holtz-Bacha (2003) e Priebes (2004).

País	Operador	Canais	Formato/conteúdos	Público alvo	Perfil do Público	Publicidade	Share de mercado	Distribuição	Sistema	Posição no mercado (percentagens relativas ao share de mercado)
Áustria	ORF	Osterreich 1	Música clássica (52%), notícias e cultura	Alto nível cultural, interessado em notícias e cultura	45% acima dos 60 anos	Não	5%	FM, CA, TVDS, TVDC, ST, OD	Misto desde 1998	Hitradio OE3 é líder (38%). Rede regional pública 37%.
		Hitradio OE3	Música POP (70%), informação	14 - 49 anos, interessados em notícias, entretenimento e <i>adult contemporary music</i>	45% entre os 20 e 40 anos	Sim	38%	FM, CA, TVDS, TVDC, ST, OD		
		FM4	Música alternativa (77%), notícias e cultura	Jovens interessados em cultura e música alternativa	60% entre os 14 e 29 anos	Sim (pouca)	2%	FM, CA, TVDS, TVDC, ST, OD		
		OE2 [Rede regional, 9 canais]	<i>Middle of the road</i> (76%) e informação/regional	Maior de 35 anos interessado em informação regional	60% acima dos 50 anos	Sim (pouca)	37%	FM, CA, TVDS, TVDC, ST, OD		
Bélgica (Flamengo)	VRT	Donna	Música POP/ <i>Middle of the road</i> (92%)	18 - 44 anos, jovens <i>mainstream</i>	80% abaixo dos 45 anos	Sim	26%	FM, DAB, ST	Misto desde 1981	Radio 2 é líder com 32%. Donna com 26%.
		Klara	Música clássica (77%) e cultura	Maior de 45 anos, interessado em cultura e música clássica	50% acima dos 65 anos	Sim	3%	FM, DAB, ST		
		Radio 1	Informação (40%) ^(b)	Maior de 35 anos interessado em informação regional	Mais de 95% da audiência distribuída equitativamente acima dos 25 anos	Sim	12%	OM, FM, DAB, ST, OD		
		Studio Brussel	Música Rock/POP (88%)	15 - 35 anos, jovens alternativos	70% abaixo dos 35 anos	Sim	7%	OM, FM, DAB, ST, OD		
		Radio 2	Actualidade (20%) e <i>Middle of the road</i> (80%)	Maior de 45 anos, habitantes de zonas rurais interessados na rádio companhia	76% acima dos 45 anos	Sim	32%	OM, FM, DAB, ST, OD		
Bélgica (Francesa)	RTBF	La Première	Informação e música variada	Todos (generalista)	82% acima dos 35 anos	Sim	9%	OM, I	Misto desde 1982	BEL RTL é líder com 17%. O canal público mais ouvido é Fréquence Wallonie com 14%. Os canais públicos têm um share de 36%.
		Fréquence Wallonie	Entretenimento e informação regional	Todas as idades/famílias	85% da audiência distribuída equitativamente acima dos 35 anos	Sim	14%	FM, I		
		Bruxelles Capitale	Música POP/ <i>Middle of the road</i> e informação	Cosmopolita, habitante em Bruxelas	Mais de 60% entre os 25 e 64 anos	Sim	3%	FM, I		
		Musique 3	Cultura, música clássica e jazz	Interessado em cultura e música clássica	71% acima dos 45 anos	Sim	4%	FM, I		
		Radio 21	Música jovem	18 -35 anos	60% entre os 25 e 44 anos	Sim	5%	FM, I		
Bulgária	BNR	Horizont	Actualidade, (47%), notícias, Middle of the road	Todos (generalista)	70% acima dos 45 anos	Sim	42%	OM, OL, FM, ST	Misto desde 1989	Horizont é líder de mercado com 41,9%. A rádio pública com melhor resultado é a Veselina, com 9,7%.
		Hristo Botev	Cultura e educação (>50%)	Jovens interessados em artes e cultura	90% acima dos 35 anos	Não	2%	OM, FM, ST		
República Checa	CR	CR1	Notícias/actualidade (40%) e música POP	Maior de 30 anos	66% acima dos 45 anos	Sim	12%	OL, FM, ST, OD	Misto desde 1990	CR1 é líder com 11,9%. Segue-se a rádio privada Radio Impuls, com 11,4%. O share do operador público ronda os 27%.
		CR2	Notícias/actualidade (18%), cultura e Middle of the road (45%)	Maior de 40 anos e crianças	73% acima dos 55 anos	Sim	6%	OM, FM, ST		
		CR3	Música clássica (44%), cultura e teatro (10%)	Interessado em cultura	51% acima dos 54 anos	Sim	1%	FM, ST		
		CR6	Notícias (23%), actualidade (70%) [não tem música]	Interessado em política	80% acima dos 35 anos	Sim	0,2%	OM, ST, OD		
Dinamarca	DR	P1	actualidade (63%) e <i>adult contemporary music</i>	Todos (generalista)	85% acima dos 35 anos	Não	5%	FM, ST, OD	Misto desde 1983 (aparecimento de rádios comunitárias)	P4 (37%) e P3 (20%) têm mais de metade do mercado.
		P2	Música clássica (88%) e cultura	Todos	85% acima dos 35 anos	Não	2%	FM, ST		
		DR Klassik	Música clássica e clássica ligeira (100%)	Todos	60% acima dos 55 anos	Não	1%	FM, SA, CA		
		P3	Música POP (64%), actualidade (22%)	20 - 40 anos	62% entre os 15 e os 44 anos	Não	20%	FM, ST		
		P4 [Rede regional, 9 canais]	Informação/actualidade (83%) e Middle of the road	Maior de 40 anos	85% acima dos 35 anos	Não	37%	FM, ST		

Pais	Operador	Canais	Formato/conteúdos	Público alvo	Perfil do Público	Publicidade	Share de mercado	Distribuição	Sistema	Posição no mercado (percentagens relativas ao share de mercado)
Finlândia	YLE	Radio 1	Cultura e música clássica (57%)	Todos	74% acima dos 45 anos	Não	8%	FM, TVDC, CA, DAB, OD, TVDT	Misto desde 1985	O mercado está dividido ao meio, entre o sector público e o privado. A estação líder é a Radio Suomi, com 36%.
		YleX	Música (63% - sobretudo POP e rock)	15 - 24 anos (generalista para os jovens)	59% abaixo dos 34 anos	Não	6%	FM, CA, DAB, ST, OD, TVDT		
		Radio Suomi	actualidade e Middle of the road (45%) [desdobramentos regionais]	Adultos	84% acima dos 35 anos	Não	36%	FM, CA, DAB, ST, OD, TVDT		
França	Radio France	France Inter	Informação (100%)	Interessado em informação e actualidade	61% acima dos 60 anos	Sim (Institucional)	10%	OL, FM, CA, TVDS, TVDC, DAB, ST, OD	Misto desde 1982	O share de todos os canais públicos atinge os 22%. O canal líder é a privada RTL com 11,9%. A France Inter tem um share de 9,8%.
		France Info	actualidade e informação (100%)	Interessado em informação e actualidade	53% entre os 35 e 59 anos	Sim (Institucional)	5%	FM, CA, TVDS, TVDC, DAB, ST, OD		
		France Bleu [Rede regional, 42 canais]	Informação/informação local (100%)	Interessado em informação e informação local	52% entre os 35 e 59 anos	Sim (Institucional)	6%	FM, TVDS, TVDC, DAB, ST, OD		
		France Culture	Cultura e música	Interessado em cultura	52% entre os 35 e 59 anos	Sim (Institucional)	1%	OL, CA, TVDS, TVDC, DAB, ST, OD		
		France Musiques	Música clássica	Interessado em música clássica	80% acima dos 50 anos	Sim (Institucional)	1%	FM, CA, TVDS, TVDC, DAB, ST, OD		
Hungria	MR	Kossuth	actualidade (41%) e cultura	Todos	76% acima dos 55 anos	Sim	18%	FM, OM, ST	Misto desde 1989 (L)	O canal público mais forte é o Kossuth, com 18,4%. A rádio líder é a privada Sláger, com 24% de share.
		Petőfi	Música ligeira e conteúdos falados diversos (65%)	Todos	80% acima dos 45 anos	Sim	9%	FM, ST		
		Bartók	Música clássica (75%) e cultura	Interessado em música e arte	80% acima dos 45 anos	Sim	0,6%	FM, ST		
Irlanda	RTÉ	Radio 1	Notícias/actualidade (40%) e Middle of the road	Maior de 35 anos	N.D. (b)	Sim	23%	OM, OL, FM, CA, TVDS, TVDC, ST, OD	Misto desde 1989	O Canal com maior share é o RTÉ Radio 1, com 23%. O sector privado tem cerca de 57% de share.
		2fm	Desporto e Middle of the road (85%)	20 - 44 anos, grupos socioeconómicos médio e baixo	N.D. (c)	Sim	17%	FM, CA, TVDS, TVDC, ST, OD		
		Lyric FM	Música clássica/outra música (92%)	Interessado em música e cultura	N.D. (d)	Sim	2%	FM, CA, TVDS, TVDC, ST, OD		
		Raidió na Gaeltachta	Notícias/actualidade em língua irlandesa (40%)	Comunidade falante de irlandês	N.D. (e)	Não	1%	FM, OM, CA, TVDS, TVDC, ST, OD		
Itália	RAI ^(f)	Radio Uno	Notícias, desporto (84% conteúdos falados), Middle of the road	Adultos	60% acima dos 55 anos	Sim	9%	FM, OM, ST	Misto (H)	Radio Uno líder (9%). Total rádio pública 19%. O canal comercial mais forte 7,7%
		Radio Due	Notícias, actualidade, comédia (35%), música Pop rock (35%)	Jovens	54% abaixo dos 54 anos	Sim	6%	FM, ST		
		Radio Tre	Cultura, educação, música clássica e outra (51%)	Mais velhos	60% acima dos 54 anos	Sim	3%	FM, ST		
		Isoradio	Rede para condutores na autoestrada com notícias de trânsito e música easy listening(60%)	Condutores de meia idade	54% abaixo dos 45 anos	Não	1%	FM, ST		
Lituânia	LRT	LR1	Notícias/actualidade, Middle of the road (39%)	Todos	59% acima dos 40 anos	Sim	25%	OM, FM, ST	Misto desde 1990	LR1 líder (25%). O canal comercial mais forte 11%. Total da rádio pública 25,4%.
		Klasika	Cultura e música clássica (60%)	Todos	N.D.	Sim	0,4%	FM, ST		

Pais	Operador	Canais	Formato/conteúdos	Público alvo	Perfil do Público	Publicidade	Share de mercado	Distribuição	Sistema	Posição no mercado (percentagens relativas ao share de mercado)
Holanda	NPB	Radio 1	Notícias, actualidade e desporto (100% conteúdos falados)	Interessado em notícias e desporto	75% acima dos 50 anos	Sim	10%	FM, TVDS, TVDC, ST, TVDT	Misto desde 1986	Sky radio (privada) é líder (13%). O canal público mais forte Radio 2 11%. Total dos 5 canais nacionais de rádio pública 33%. ⁽⁶⁾
		Radio 2	Middle of the road e actualidade	Maior de 35 anos, famílias, apreciadores de música	87% acima dos 35 anos	Sim	11%	FM, TVDS, TVDC, ST, TVDT		
		Radio 3FM	Música pop rock	Jovens doa 10 aos 34 anos	60% entre os 10 e os 34 anos	Sim	9%	FM, TVDS, TVDC, ST, TVDT		
		Radio 4	Música clássica e cultura	Interessado em música clássica	80% acima dos 50 anos	Sim	2%	FM, TVDS, TVDC, ST, TVDT		
		747AM	Educação e actualidade (100% conteúdos falados)	Minorias interessados em conteúdos religiosos e educativos	80% acima dos 50 anos	Sim	1%	AM, TVDT, TVDS, TVDC, ST, OD		
Noruega	NRK	P1	Informação/actualidade (80% conteúdos falados) e Middle of the road (20%)	Todos	62% acima dos 45 anos	Não	48%	FM, CA, TVDS, TVDC, DAB, ST, OD	Misto desde 1993	P1 líder (48%). O canal comercial mais forte 27%. Total da rádio pública 58%.
		P2	Actualidade e cultura (70%), música clássica e pop	Alto nível cultural	59% acima dos 45 anos	Não	5%	FM, CA, TVDS, TVDC, DAB, ST, OD		
		P3 (Petre)	Música pop rock (65%) e cultura	15 - 30 anos	54% entre os 15 e os 34 anos	Não	5%	FM, CA, TVDS, TVDC, DAB, ST, OD		
Portugal	RDP (k)	Antena 1	Informação, música portuguesa, desporto.	Generalista	70% acima dos 45 anos	Não	4%	FM, OM, ST, TVDS, SA, DAB	Misto desde o início, mas fechado. Liberalização em 1989.	O canal RFM (privada) é líder (22,4%). O canal público mais forte Antena3 tem 5%. Total da rádio pública 9,3% ⁽¹⁾ .
		Antena 2	Música erudita e cultura	Ouvintes interessados em música erudita e cultura	(58%) acima dos 45 anos	Não	0.6%	FM, DAB		
		Antena 3	Música/música especializada (80%) e alguma actualidade	Jovens	73,2% dos ouvintes com menos de 44 anos	Não	5%	FM, DAB		
Polónia	PR	Polskie Radio 1	Informação, desporto e <i>Middle of the road</i> (35%)	Maior de 30 anos	72% acima dos 45 anos	Sim	16%	OL, FM, CA, SA, ST, OD	Misto desde 1990	RMF FM (privada) é líder (24%). O canal público mais forte PR1 tem 16%. Total da rádio pública 22%.
		Polskie Radio 2	Música clássica (64%), cultura e teatro (9%)	Interessado em cultura e música clássica	73% acima dos 45 anos	Não	0,7%	FM, CA, SA, ST		
		Polskie Radio 3	Actualidade, informação e música pop rock (74%)	25 - 45 anos, alto nível cultural	58% abaixo dos 44 anos	Sim	5%	FM, CA, SA, ST, OD		
		Polskie Radio BIS	Educação (29%), ciência e música (40%) [rádio educativa]	Jovens e crianças	Audiência distribuída de forma razoavelmente equitativa	Não	0,2%	FM, CA, SA, ST, OD		
Eslovénia	RTVSLO	Val 202	Música pop rock (60%), informação e desporto	Todos	44% entre os 30 e os 49 anos	Sim	14%	FM, CA, TVDS, ST, OD	Misto desde 1990	Val 202 é líder (14%). O canal comercial nacional mais forte 3%. Total da rádio pública 25%.
		Program A	Informação e actualidade, Middle of the road (47%)	Todos (generalista)	62% acima dos 50 anos	Sim	10%	FM, OM, CA, TVDS, ST, OD		
		Program ARS	Música clássica (73%), educação e cultura	Todos	77% acima dos 40 anos	Não	0,6%	FM, CA, TVDS, ST, OD		
Espanha	RNE	Radio 1	Informação e cultura	Todos (generalista)	N. D.	Não	14%	FM, OM, TVDT, TVDS, ST	Misto	O grupo comercial SER é líder (34%). O canal público mais forte Radio 1 14%. Total da rádio pública 24%.
		Radio 2 Clásica	Música clássica	Interessado em música clássica	N. D.	Não	1%	FM, OM, OL, SA, CA, TVDS, ST		
		Radio 3	<i>Middle of the road</i>	Estudantes universitários	N. D.	Não	3%	FM, OM, OL, SA, CA, TVDS, ST		
		Radio 5 Tdonotícias	Informação	Interessados em notícias	N. D.	Não	6%	FM, OM, TVDS, ST		

País	Operador	Canais	Formato/conteúdos	Público alvo	Perfil do Público	Publicidade	Share de mercado	Distribuição	Sistema	Posição no mercado (percentagens relativas ao share de mercado)
Suécia	SR	P1	Actualidade, informação, cultura e religião (93% de conteúdos falados)	Maior de 15 anos	N. D.	Não	9%	FM, ST, OD	Misto desde 1985	SR P4 líder (46%). Não existem canais comerciais nacionais. Existem cadeias de estações mais pequenas. Total da rádio pública 66%.
		P2	Música clássica (74%), jazz e folk	N.D.	N. D.	Não	1%	FM, ST, OD		
		P3	Actualidade, notícias, música pop rock (63%)	9 - 35 anos	N. D.	Não	10%	FM, ST, OD		
		P4	Actualidade, informação local e nacional, desporto e Middle of the road(48%) [desdobramentos regionais diurnos]	Maior de 35 anos	N. D.	Não	46%	FM, ST, OD		
Suíça (alemã)	DRS ^(h)	DRS1	Notícias (22%) e <i>Middle of the road</i> (48%)	Maior de 45 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	43%	OM, FM, DAB, ST, OD	Misto desde 1983	O operador público SRG SSR detém 64% do mercado global.
		DRS2	Música clássica (63%) e cultura	Maior de 15 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	5%	FM, CA, TVDT, TVDS, DAB, ST, PM		
		DRS3	Música pop (80%)	15 - 45 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	12%	FM, CA, TVDT, TVDS, DAB, ST, PM		
		MW 531	<i>Middle of the road</i> (80%)	Maior de 15 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	3%	OM, CA, TVDT, TVDS, DAB, ST		
		Virus	Música pop rock	15 - 24 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	0,2%	CA, TVDT, TVDS, DAB, ST		
Suíça (francesa)	RSR ^(h)	La Première	Generalista (entretenimento 43%, música 28%, informação 21%)	Maior de 15 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	39%	FM, CA, TVDT, TVDS, DAB, ST, PM	Misto desde 1983	O operador público SRG SSR detém 64% do mercado global.
		Espace 2	Cultura e música clássica (65%)	Maior de 15 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	3%	FM, CA, TVDT, TVDS, DAB, ST, PM		
		Couleur 3	Música pop rock (90%)	15 - 45 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	4%	FM, CA, TVDT, TVDS, DAB, ST, PM		
		Option musique	<i>Middle of the road</i> (80%)	Maior de 15 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	9%	OM, CA, TVDT, TVDS, DAB, ST, PM		
Suíça (italiana)	RTSI ^(h)	Rete Uno	Generalista (entretenimento 23%, música 50%, informação 15%)	Maior de 15 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	53%	FM, CA, TVDS, DAB, ST, PM	Misto desde 1973	BBC Radio 2 líder (15,7%). O canal comercial nacional mais forte 4,5%. A maior concorrência vem das rádios regionais privadas que detêm quase 50% do mercado. Total da rádio pública 42%.
		Rete Due	Cultura e música clássica (64%)	Maior de 15 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	7%	FM, CA, TVDS, DAB, ST, PM		
		Rete Tre	Música pop (66%), entretenimento (26%)	15 - 45 anos	N.D.	Não ⁽ⁱ⁾	11%	FM, CA, TVDS, DAB, ST, PM		
Reino Unido	BBC	BBC Radio 1	Músicas pop rock, urbana, alternativa (90%)	Jovens	48% abaixo dos 25 anos	Não	8%	FM, CA, TVDS, TVDC, TVDT, DAB, ST, OD	Misto desde 1973	BBC Radio 2 líder (15,7%). O canal comercial nacional mais forte 4,5%. A maior concorrência vem das rádios regionais privadas que detêm quase 50% do mercado. Total da rádio pública 42%.
		BBC Radio 2	Música mainstream (80%), actualidade e notícias	Todos	75% acima dos 35 anos	Não	16%	FM, CA, TVDS, TVDC, TVDT, DAB, ST, OD		
		BBC Radio 3	Música clássica/world music (96%) e cultura	Todos	57% acima dos 55 anos	Não	1%	FM, CA, TVDS, TVDC, TVDT, DAB, ST, OD		
		BBC Radio 4	Notícias, actualidade, documentário, teatro (100% conteúdos falados)	Todos	67% acima dos 45 anos	Não	12%	FM, CA, TVDS, TVDC, TVDT, DAB, ST, OD		
		Radio Five Live	Notícias (75%) e desporto (25%)	25 - 44 anos, adeptos de desporto e interessados em notícias	39% entre os 35 e os 54 anos	Não	4%	FM, CA, TVDS, TVDC, TVDT, DAB, ST, OD		
		BBC 6 Music	Música rock (51%), <i>adult contemporary</i> (20%), notícias	Apreciadores de música popular	40% entre os 125 e os 34 anos	Não	0,1%	DAB		
		BBC 7	Teatro (44%), comédia (37%) e programação infantil(19%)	Todos (tem como objetivo atrair novos ouvintes para a rádio não musical)	23% entre os 4 e os 14 anos	Não	0,1%	DAB		

Pais	Operador	Canais	Formato/conteúdos	Público alvo	Perfil do Público	Publicidade	Share de mercado	Distribuição	Sistema	Posição no mercado (percentagens relativas ao share de mercado)
Reino Unido (cont.)	BBC	1Xtra	Cultura e música (97%)	Jovens apreciadores de música negra contemporânea	49% entre os 15 e os 24 anos	Não	0,1%	DAB	Misto desde 1973	BBC Radio 2 líder (15,7%). O canal comercial nacional mais forte 4,5%. A maior concorrência vem das rádios regionais privadas que detêm quase 50% do mercado. Total da rádio pública 42%.
		Asian Network	Notícias (21%), desporto, cultura, <i>world music</i> (36%)	Ouvintes de origem asiática	63% abaixo dos 35 anos	Não	0,3%	DAB		
		Five Life Sport Extra	Desporto (100%)	25 -44 anos, adeptos de desporto	Audiência distribuída de forma razoavelmente equitativa	Não	0,1%	DAB		

(a) - Inclui 5% relativo a desporto

(b) - Fatia mais significativa do share (38%) entre 55-64 anos. Composição da audiência não disponível

(c) - Fatia mais significativa do share (31%) entre 15-24 anos. Composição da audiência não disponível

(d) - Fatia mais significativa do share (3%) entre 55-64 anos. Composição da audiência não disponível

(e) - Fatia mais significativa do share (1%) acima dos 25 anos. Composição da audiência não disponível

(f) - Dados relativos à transmissão posteriores a 15 de Maio de 2004

(g) - Total dos canais públicos nacionais e dos canais públicos regionais é de 38%.

(h) - Operador público, SRG SSR, agrupa 4 organizações: DRS, RSR, RTSI e RTR. Esta última transmite programas em língua romanche, não havendo dado que a permitam caracterizar.

(i) - As estações da SRG SSR não permitem publicidade mas admitem patrocínio

(j) - Dados relativos ao 1º trimestre de 2004

(k) - Dados relativos ao share referentes ao Bareme Rádio do primeiro trimestre de 2004; dados referentes à composição da audiência, oriundos do Bareme Rádio de 2002; restantes dados consultados na página da RTP em meados de 2004.

Legenda das plataformas de transmissão	
OM	onda média
OL	onda longa
FM	frequência modulada
SA	tv analógica satélite
SA	tv analógica satélite
CA	tv cabo analógico
TVDT	tv digital terrestre
TVDS	tv digital satélite
TVDC	tv digital cabo
DAB	digital audio broadcasting
DRM	digital radio mundial
ST	streaming
OD	on demand
I	internet
PM	plataformas móveis

A comparação feita de acordo com os dados incluídos no quadro revela que o SP de rádio português tem o *share* mais baixo dos países referidos. Aliás, na maioria destes países, há um canal de SP à frente do mercado (EBU, 2004), o que contrasta com a situação nacional. De facto, em Portugal, os canais públicos têm o mais fraco desempenho de todas as frequências de cobertura nacional.

Essa era a tendência já no final do século XX. Com exclusão dos países onde há rádios generalistas privadas, ou onde a tradição dos canais públicos é distante da credibilidade, a rádio de SP lidera, se não totalmente, pelo menos em alguns momentos do dia (Bamberger, 1997).

Nos últimos anos, os canais públicos têm aumentado o número e a diversidade de plataformas através das quais são transmitidos (EBU, 2004). Dados de 2001 e 2003 mostram-no, como podemos confirmar no quadro seguinte.

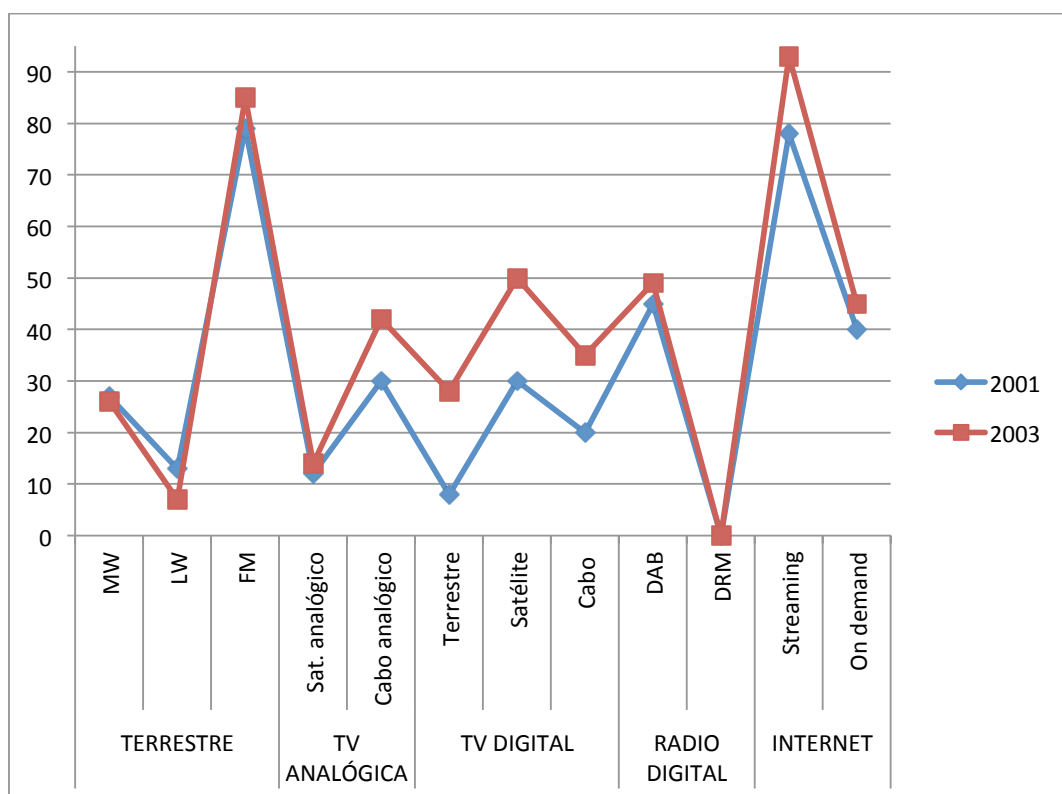


FIGURA 1 | EVOLUÇÃO DAS PLATAFORMAS DE TRANSMISSÃO DAS RÁDIOS PÚBLICAS EUROPEIAS (EBU, 2004).

O que estes dados nos mostram, igualmente, é que o maior crescimento foi nos canais *online*. A internet é a maior aposta da rádio pública portuguesa no âmbito das novas plataformas. Seguidamente, iremos abordar as prioridades técnicas da rádio pública em Portugal.

IV.4 | AS APOSTAS DA RÁDIO DE SERVIÇO PÚBLICO: OS *MEDIA* MÓVEIS E A INTERNET

Em meados da primeira década do século XXI, a rádio pública lutava para conseguir competir com a adaptação tecnológica dos operadores comerciais. Mas porventura, mais importante do que essa competência técnica era a necessidade de responder adequadamente às mudanças sociais. Na verdade, a forma ativa como muitas estações têm embarcado nesta fase transitória, mostra que existe dinâmica no sector e que é exagerado dizer que a rádio está a atravessar um período difícil. No entanto, há uma tendência geral que é preciso ter em conta, segundo a União Europeia de Radiodifusão. Alguns mercados começam a sentir ligeiras quebras de audiência da rádio, sobretudo nas camadas mais jovens. Apesar disso, a rádio ainda é o meio mais consumido (Schulzycki, 2007). Mas a escuta linear, como já vimos, está a perder terreno. Nesse contexto, a rádio pública está a tentar perceber qual a melhor forma de responder aos novos hábitos de consumo e de oferta, nomeadamente com as tendências de mobilidade e individualidade, com a proliferação dos leitores pessoais de multimédia, de telefones móveis e tecnologias sem fios, bem como com os canais online e os sítios de música personalizada (Schulzycki, 2007). Na verdade, estes desafios são transversais e não endógenos das estações públicas.

A posição da UER (Schulzycki, 2007) está perfeitamente alinhada com as tendências atuais da rádio, como veremos adiante. O organismo aconselha as suas associadas a adotarem uma transmissão multiplataforma, nomeadamente, através de: Digital Audio Broadcasting (DAB), Digital Multimedia Broadcasting (DMB), Digital Radio Mondiale (DRM), Digital Video Broadcasting (DVB), Radio on TV (DTT Radio), telefones móveis e 3G Radio, rádio por satélite, internet e *podcasting*. Para já, o tempo está a favor dos operadores. Não se prevêem mudanças bruscas (Schulzycki, 2007).

Os MSP têm avançado em três frentes, a TDT, a internet e as plataformas móveis. Essa é, também, a realidade portuguesa, como veremos mais à frente. Centremo-nos nestas duas últimas. Elas são também as apostas da rádio, tal como se tem confirmado pelo processo de digitalização. No caso da rádio, claramente, a aliança primordial tem sido com a internet. Mas a tendência de consumo, quer da televisão, quer dos conteúdos de áudio, mostra-nos que é prudentemente relevante abordar o desenvolvimento dos serviços móveis. Uma advertência prévia deve ser feita no sentido de esclarecer que a nossa abordagem aos telefones móveis e à internet não é aprofundada, tendo como objetivo maior perceber porque é que o SP (nomeadamente, o português) está a torná-los numa das suas prioridades estratégicas. A revisão da literatura e a análise das tendências serão feitas de acordo com esse pressuposto.

IV.4.1 | A INTERNET

O número de utilizadores de internet tem vindo a crescer grandemente. A sua relevância tem aumentado de tal forma que, nos últimos anos, alguns grupos de consumidores a adotaram como principal fonte de informação diária (Trappel, 2008; Ridinger, 2009). Com a relativa generalização da internet na sociedade ocidental a partir da década de 90, muito se tem escrito sobre a importância da rede no aumento de poder dos cidadãos e no seu maior usufruto da própria democracia (Negroponte, 1996; Wheeler, 1997; Williams e Pavlik, 1994; Wolton, 2000). Nesse aspeto, a internet hoje é bastante diferente do que era na década de 90. É identificável uma primeira fase caracterizada, sobretudo, pela possibilidade de acesso a informação e pela diversificação dos modelos de disseminação informacional e comunicação. Um segundo momento é caracterizado pelas maiores possibilidades das infra-estruturas, pela revolução da Web 2.0 e pelo *boom* das redes sociais. É com essa evolução em mente que Raboy considera que é preciso estabelecer uma nova relação com o utilizador:

“realizing the social and cultural potential of new media requires ensuring maximum access for people to the means of communication both in their capacity of receivers and consumers of services and as producers and senders of messages” (Raboy, 2002:12).

De facto, a possibilidade de aproximação dos cidadãos ao operador público, que é facilitada pelo desenvolvimento de blogs, entre outras ferramentas de comunicação menos assimétricas que as existentes no modelo tradicional (Jakubwicz, 2007) é uma das evoluções mais importantes.

Mesmo guardando uma cautelosa distância em relação ao info-otimismo dos anos 90, importa realçar a revolução que, efetivamente, está em curso, no contexto europeu. "A internet não é uma utopia, nem uma distopia, é o meio em que nos expressamos", como diz Castells (2001: 21). Em 2011, o número de utilizadores ultrapassava, em todo o mundo, os seis biliões de pessoas¹⁶⁵. Na Europa, dados de 2008, revelavam que mais de metade dos cidadãos estavam online todos os dias, e que a utilização da internet não tinha a ver apenas com o lazer, mas igualmente com a gestão do quotidiano (EIAA, 2008).

A rádio tem beneficiado deste crescimento, porque ao contrário do que acontece com a televisão, a rádio tem uma natureza naturalmente compatível com a internet, como dizem D'Haenens *et al.*, (2011: 195). É a sua capacidade de consumo simultâneo. Os ouvintes de rádio pela internet duplicaram, em

¹⁶⁵ Cf. Dados da Internet World Stats, consultados em <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, a 10 de maio de 2011.

Portugal, entre 2004 e 2006, atingindo os cerca de 9% nesse ano¹⁶⁶. A importância desta relação, aliás, confirma-se pela sua constituição enquanto a mais prolífica área de investigação académica no âmbito da rádio, nos últimos anos¹⁶⁷.

Apesar desse benefício resultante para a rádio, a questão mais frequente no âmbito do planeamento empresarial, é a possível ameaça dos novos serviços à rádio tradicional (Screen Digest *et al.*, 2006). O processo é muito idêntico ao que aconteceu com a imprensa quando a informação passou a estar disponível *online*. Mas, de forma geral, essa preocupação representa um desvio do problema. É mais contraproducente pensar em ameaça do que em complementaridade. Priestman defende essa complementaridade para as rádios que já têm uma existência fora da internet (2002). A rádio pode "potenciar-se através dela, criando múltiplos canais de difusão musical, chegando a nichos esquecidos e possibilitando uma lógica de diversidade e de repetição, palavras inconciliáveis na rádio convencional" (Meneses, 2007:11).

A relação entre os *media* tradicionais e a internet pode caracterizar-se, em grande parte da década passada, pela experimentação e por uma grande cautela devido aos direitos de autor (EBU, 2007). No entanto, há uma mudança no mercado que resultou, nomeadamente, do maior interesse por parte dos anunciantes em relação à internet, da constatação de que o crescimento do consumo de vídeo *online* não substitui o consumo da televisão, e da aposta crescente da imprensa no vídeo (EBU, 2007). Com essa mudança, os operadores compreenderam que precisavam de se empenhar seriamente nesta área e que a lentidão seria lhes seria claramente prejudicial (EBU, 2007). Inicialmente, as rádios lançaram páginas na internet porque não queriam perder o barco, independentemente do rumo que ele tomasse. Quando a rota se tornou mais definida, as rádios começaram a adaptar-se ao novo meio e, em geral, abandonou-se a leitura inicial de associar a internet a uma ameaça à rádio. Hoje é mais correcto falar de uma aliança simbiótica (Rudin, 2006). O *podcast* é o melhor exemplo desta sinergia, como explica Shaw (2006): é o casamento de duas tecnologias distintas e pré-existentes, que resulta num processo absolutamente novo, e que ultrapassa as formas iniciais. No fundo, ele vem responder aos maiores desejos do ouvinte: mais escolha e controlo sobre o tempo e o lugar do consumo (Mullane, 2005).

No que diz respeito à presença da rádio na internet, também se podem identificar, *grosso modo*, dois momentos: o primeiro, caracterizado pela simples presença na Web de uma página identificadora, que nem sempre incluía emissão em *streaming*; e uma segunda fase, na qual os *sites* apresentam uma complexificação do tipo de serviços incluídos e uma melhor experiência do consumo de áudio (tal como aconteceu com o de vídeo, devido à largura de banda e às possibilidades da codificação). Ou seja, no primeiro instante, o *simulcast* representou uma forma interessante de entrar no novo meio. Mas a

¹⁶⁶ Percentagem relativa aos utilizadores de Internet. Cf. Dados da Marktest: Os Portugueses e a Rádio - evolução e alteração de comportamentos [online]. [Acedido em 27 de outubro de 2008]. Disponível em: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~d21.aspx>.

¹⁶⁷ Várias teses de mestrado e doutoramento têm sido defendidas recentemente (entre outros, Bonixe, 2009; Pacheco, 2010; Meneses, 2007; Portela, 2006).

prestação exclusiva deste serviço não se ajustava às características da internet. A segunda fase, apresenta, assim, várias características que tornam o meio distinto da sua versão analógica (Kozamernik e Mullane, 2005; Priestman, 2002): no *interface*; nas possibilidades de pesquisa e indexação; na dimensão da oferta (que já não está circunscrita aos operadores de rádio tradicionais); nas várias possibilidades de personalização; na possibilidade de acesso a conteúdos específicos (arquivos abertos ou pagos, *on-demand*); na possibilidade de consumo diferido e não linear; no tipo de serviços, informações e linguagens associados, para além do áudio; na ausência de barreiras à transmissão e na possibilidade de interagir com o ouvinte de várias formas.

De facto, são os fatores distintivos em relação à difusão analógica que tornam a rádio *online* interessante. Um estudo da Arbitron feito ao mercado norte-americano em 2005, revelava que os utilizadores de internet escutavam rádio *online*, maioritariamente, devido ao alargamento da escolha, à facilidade de acesso a novos conteúdos e à possibilidade de controlo (Kozamernik e Mullane, 2005). São, precisamente esses os novos atributos da oferta digital da rádio através da internet.

Apesar das claras vantagens da aliança da rádio com a internet deve ser referida uma ameaça que, particularmente, afeta a rádio musical. Serviços que permitem descobrir música *online*, desde lojas, como o iTunes ou a Amazon, a redes sociais como o MySpace, ou ainda a serviços que sugerem música de acordo com o gosto, como o Grooveshark, afrontam o papel de divulgação musical da rádio, que sempre foi uma das suas marcas identitárias mais fortes. Da mesma forma, *sites* especializados como o Pitchfork, funcionam como faróis na imensidade da Internet. A sua escolha criteriosa tornou-se uma imagem de marca e uma mais-valia face à concorrência, dentro do seu nicho de mercado. Sítios como este, permitem ouvir, ver vídeos, ler críticas e notícias sobre artistas e álbuns, ligar às redes sociais e comprar aquilo que o consumidor pretende. É verdade que a descoberta de música já não passava exclusivamente pela rádio desde que a MTV inaugurou as televisões musicais, mas a situação agora é bem diferente. Porém, a rádio pode incorporar todas estas estratégias *online*. Com uma enorme vantagem: a intimidade da rádio não é replicável noutros meios (Meneses, 2007).

A rádio de SP deve constituir-se, precisamente, como um farol de legitimação perante dois pólos aparentemente contraditórios: o aumento de conteúdo criado por indivíduos e o fortalecimento da posição dos grandes *players* internacionais. O desenvolvimento de um novo espaço digital comum, como lhe chama Stark (2006), fertilizado pela recente avalanche de conteúdo gerado pelo utilizador torna essencial o papel dos agregadores (Stark, 2006), que mais não são do que filtros de legitimação.

Esse já desrito papel de referência e contrapeso deve fazer parte da própria identidade da rádio de SP online, sobretudo, se atentarmos às características de mercados como o português¹⁶⁸. Como explica Portela,

¹⁶⁸ Para uma visão completa do mercado português, cf. Amaral, Cardoso e Espanha (2006).

"há uma maioria muito significativa de estações (73,4%) que não manifestam online atitudes de estímulo à interação, necessária à verdadeira comunicação, e que, entre os poucos casos em que esse estímulo é claro, 80,4% vai no sentido da abertura ao entretenimento" (2006: 142).

Ou seja, se o mercado não coloca as potencialidades de empoderamento cívico ao serviço da sociedade, não há dúvidas de que o SP terá de o fazer.

Na verdade, por todo o lado, as rádios públicas avançaram para a produção multiplataforma, diversificando a sua oferta (Banerjee e Seneviratne, 2005; EBU, 2004). Mas a prioridade dada à presença na internet tem provado ser uma enorme mais-valia para o SP. Regista-se um aumento de consumo e de penetração no mercado, há uma hibridização de públicos e um cruzamento promocional entre plataformas, para além de um potencial incremento de receitas, ou de uma melhoria da perceção da marca (EBU, 2007). Dados da BBC demonstram que a internet traz ouvintes à emissão tradicional ao dar a conhecer outros programas; assim como os ouvintes do FM vão à rede ouvir o programa que, entretanto, perderam (Kozamernik e Mullane, 2005). São vantagens da publicidade cruzada e da articulação entre as diferentes plataformas.

A penetração do SP na comunidade cibernauta é bastante assinalável. Dados da União Europeia de Radiodifusão incluídos na figura 2 mostram, no entanto, que a penetração do sítio da RTP está abaixo dos cerca de 21% de média europeia (EBU, 2007: 20) e fica bem de fora dos dez sítios nacionais mais visitados (EBU, 2007:21).

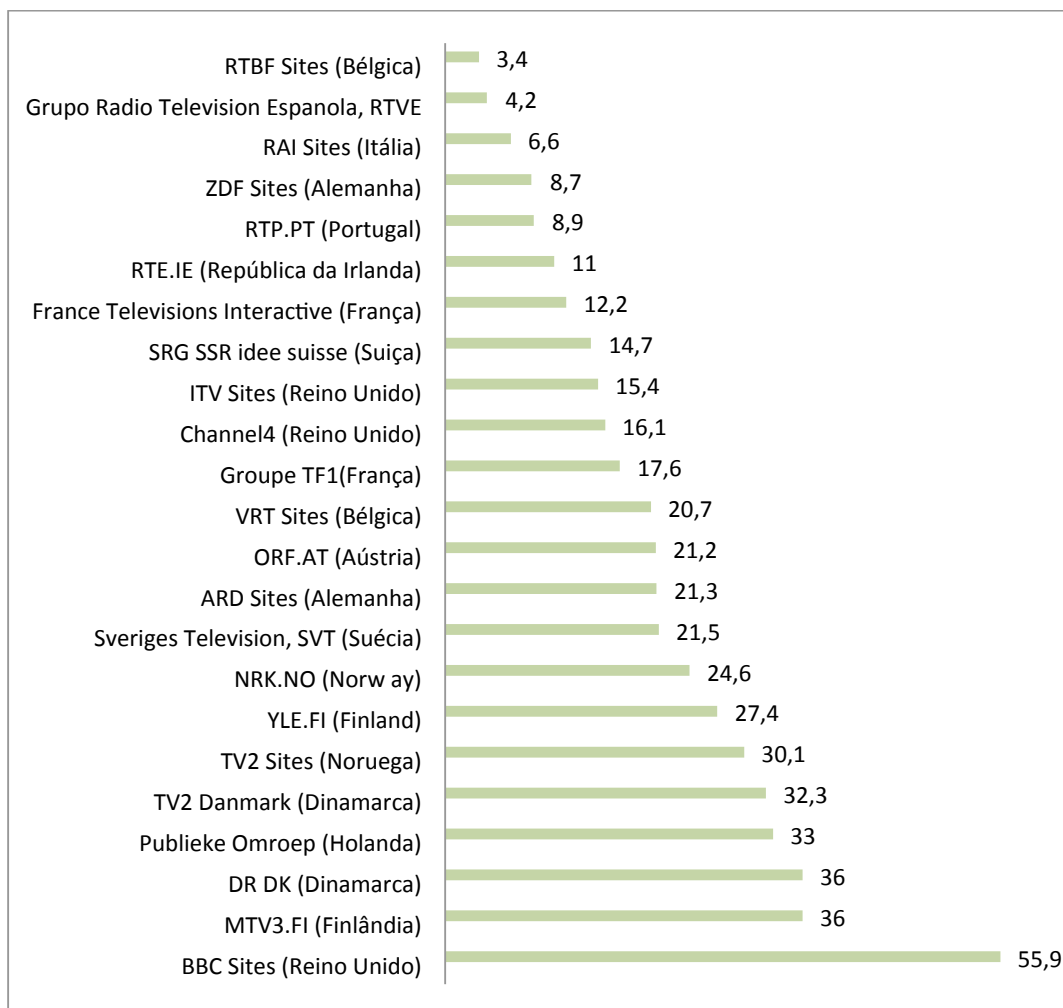


FIGURA 2 | COMPARAÇÃO DA PENETRAÇÃO NO MERCADO ONLINE DOS MEMBROS DA UER (FONTE: EBU, 2007)

Existe, pois, um desempenho inferior do operador de SP português, quando comparado com os congéneres europeus, em duas áreas: na audiência analógica terrestre e na penetração do seu site junto da comunidade de utilizadores da internet.

Deve, porém sublinhar-se que, neste momento, os operadores públicos de modelo integrado têm à sua frente, tal como os maiores *players* do mercado, a enorme vantagem da disponibilidade de meios. As rádios públicas podem valer-se de conteúdos em vídeo ou de correspondentes televisivos. Consoante os seus meios, podem, ainda, implementar equipas especializadas no ambiente multimédia. A necessidade de articulação com todo o universo das redes sociais é já condição *sine qua non* do desenvolvimento destes serviços *online*, permitindo o contacto e a interatividade com programas ou locutores, tal como tem acontecido com os blogues dedicados a programas ou individualidades específicas. Na RTP, sobretudo desde 2008, é possível encontrar 90% dos programas de rádio em

podcast, uma ligação às redes sociais, com uma aposta concreta no Facebook, blogues para alguns programas e conteúdos em vídeo (Pacheco, 2010).

IV.4.2 | SERVIÇOS MÓVEIS

De forma genérica, as abordagens académicas aos telefones móveis têm-se centrado, sobretudo, no seu uso (tanto nos espaços de utilização como nas funcionalidades tecnológicas) e na sua dimensão simbólica (Wei e Lo, 2006).

Em qualquer sítio, em qualquer lugar. É a sociedade de rede móvel, de Castells (2006). Assim se popularizou o consumo nas plataformas móveis: não só os telemóveis, mas igualmente, computadores portáteis, PDA e, mais recentemente, *smartphones* e *tablets*.

Os telemóveis tornaram-se parte do quotidiano, como instrumento mediático extensor da nossa experiência e como acessório identitário (May e Hearn, 2005). Ao mesmo tempo, a mobilidade integrou-se na nossa experiência de consumo mediático, e tornou-se numa imagem central do processo de convergência (Nilsson, Nuldén e Olsson, 2001). O telemóvel é o exemplo perfeito de hibridez, ao concentrar várias possibilidades comunicacionais que vão além do simples meio de comunicação um-para-um dos clássicos telefones fixos. É possível comunicar com um (ou alguns) interlocutor(es) através de chamada de voz, de imagem, ou de texto (SMS); é possível utilizar a internet, com todas as suas potencialidades, que vão do *chat* à publicação de *blogs*, ao consumo televisivo ou radiofónico, ou à leitura de jornais; é possível usá-lo como auxiliar de localização, como relógio, calculadora, consola de jogos, terminal de compras ou pagamentos online; é possível filmar, fotografar, gravar áudio e editar. Com os *smartphones*, que se começaram a popularizar nos últimos anos da década passada, as possibilidades aumentaram ainda mais. O conceito de plataforma aberta à integração de aplicações disponíveis no mercado para as mais variadas funções, elevou a dimensão de convergência a um patamar excepcional.

Efetivamente, as potencialidades atuais do telefone móvel vieram, como explicam Thulin e Vihelmsen (2007), alterar espacial e temporalmente os padrões sociais de mobilidade, de gestão das atividades quotidianas e de contacto e interação com os outros. O telemóvel passou a ser um meio de integração numa comunidade virtual (Wei e Lo, 2006); um objeto integrante da cultura popular contemporânea e um instrumento de participação na esfera pública e empoderamento (Gordon, 2002).

Os telefones móveis têm hoje uma enorme penetração na Europa e, sobretudo, no nosso país. Segundo

dados da ANACOM¹⁶⁹, em 2005, existiam 9,6 milhões de utilizadores, o que se traduzia numa taxa de penetração de 92%, que suplantava a média comunitária, situada nos 84,4%. A expressividade destes números justifica uma aposta dos operadores nos conteúdos para os telemóveis. Isto apesar de o telemóvel ter um uso ainda limitado, como mostram os estudos do Obercom (Cardoso *et al.*, 2007; Araújo, 2009). Efetivamente, a utilização do telemóvel em Portugal é, ainda, maioritariamente ligada à comunicação interpessoal. Apenas 14,4% dos utilizadores o usa para ouvir música, 12,2 para ouvir rádio e 1,4 para consumir conteúdos audiovisuais (Araújo, 2009). Esta realidade explica-se por motivos técnicos.

A evolução dos telefones móveis tem sido movida, sobretudo, pelo aumento da qualidade das ligações. A 1ª geração de telemóveis, analógica, trouxe as primeiras alterações nos hábitos dos utilizadores. A 2ª geração já usava rede GSM. Mas ainda era usada, tal como a 1ª, simplesmente para chamadas de voz. O primeiro salto relevante para a hibridização do telefone móvel, veio com a chamada geração 2.5, que usava GPRS. Nesta geração de telefones, era já possível o acesso à internet, no entanto o débito conseguido era extremamente limitado. A qualidade no serviço de acesso à Internet só chegou com o UMTS, da 3ª geração. Embora o vídeo já fosse visto com um razoável conforto, a latência por vezes existente ainda desencorajou o desenvolvimento da televisão móvel. O HSDPA, que traz a possibilidade de débitos ainda mais elevados, constitui a chamada geração 3.5. É, na realidade, uma evolução do UMTS. Estes são os *standards* dominantes no final da década anterior. A 4ª geração (LTESAE) vai começar por trazer débitos até 1 *Gigabite* no *downlink*, e até 500 Megabits no *uplink*. Ao nível da investigação para aplicação industrial, a grande preocupação tem sido o que fazer com tanto débito. Ou seja: qual a *killer application* que a indústria terá de desenvolver para responder ao potencial existente? Várias hipóteses parecem ser, por agora, tidas como possíveis: som multicanal, vídeo 3D, ou jogos de alta qualidade. O desenvolvimento das aplicações virá, neste caso, responder a uma estrutura capaz de as sustentar, ao contrário do que sucedeu no passado. Efetivamente, e contradizendo algum discurso empresarial, o acesso à *mobile tv* foi desencorajado pela fraca experiência vivida pelos clientes ao acederem a ela via GPRS. O que se verifica é que, fora do Japão e da Coreia do Sul, a *mobile tv* não tem expressão. Em 2008, estimava-se que existissem 75 milhões de utilizadores em todo o mundo, 45% dos quais nestes dois países asiáticos. Como explica um relatório da Allied Business Intelligence (ABI)¹⁷⁰, isso aconteceu, por um lado, porque a transição para a televisão digital tem sido lenta em alguns países; por outro, devido ao deficiente débito e à latência da ligação, que prejudicavam de tal forma a experiência de visualização, que esta se tornava desagradável. Tal como os estudos do Obercom ilustram em relação ao caso português (Araújo, 2009; Cardoso *et al.*, 2007), estudos

¹⁶⁹ Cf. ANACOM. 2005. *Portugal tem 9,6 milhões de utilizadores de telemóveis* [online]. [Acedido em 24 de outubro de 2010]. Disponível em: <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=249936>.

¹⁷⁰ Cf. ABI. 2010. *Mobile TV Services Set for Accelerated Adoption After 2012; Forecast to Top \$20 Billion in 2015* [online]. [Acedido em 20 de agosto de 2010]. Disponível em: [http://www.abiresearch.com/press/3443-Mobile+TV+Services+Set+for+Accelerated+Adoption+After+2012%3B+Forecast+to+Top+\\$20+Billion+in+2015](http://www.abiresearch.com/press/3443-Mobile+TV+Services+Set+for+Accelerated+Adoption+After+2012%3B+Forecast+to+Top+$20+Billion+in+2015).

internacionais têm, igualmente, comprovado que os telemóveis de 3ª geração ainda eram, maioritariamente vistos como telefones e que o seu uso, para além das chamadas, era ainda minoritário (Wei, 2008). Atualmente, isso pode estar a mudar com a generalização dos *smartphones*. Estes novos telemóveis, vieram dar um renovado impulso à *mobile tv*, devido ao tamanho dos seus visores. Esta importância dada ao conforto da visualização, leva-nos a admitir que o futuro da *mobile tv*, mais do que pelos telemóveis, será impulsionado pelos *tablets*. Além disso, como revela o relatório da ABI, a *mobile tv* não será apenas terreno dos operadores de telecomunicações. É de prever que o serviço possa estar disponível aos consumidores através de outros aparelhos, sem que eles tenham de pagar por serviços de voz, ou sms, como acontece até agora com os telemóveis¹⁷¹. Os mercados estão fortemente apostados na *mobile tv*, uma vez que o mercado dos telefones móveis está completamente saturado¹⁷². Com a crescente acessibilidade dos terminais de receção, os próximos anos podem ser de grande crescimento.

A enorme oportunidade que representa a *mobile tv*, impulsionada pela tendência de conteúdo gerado pelo utilizador, característica da Web 2.0 tem levado os operadores a pensar em formas de melhorar a experiência do utilizador e de fornecer conteúdos à crescente comunidade de consumidores móveis (Pinto et. al., 2010; 2011). A tendência dos serviços aponta para uma crescente personalização da utilização da informação do contexto do utilizador, na selecção de conteúdos relevantes para os clientes, e na utilização eficaz dos recursos de rede, como explicam os autores. Pela primeira vez, a indústria tem enormes potencialidades tecnológicas ao nível dos terminais e da estrutura. Por isso, procura perceber para onde podem evoluir estes serviços nas plataformas móveis. Um dos conceitos mais recentes é a *social tv*, um cruzamento entre a televisão e as redes sociais.

¹⁷¹ Cf. ABI. 2010. *Mobile TV Services Set for Accelerated Adoption After 2012; Forecast to Top \$20 Billion in 2015* [online]. [Acedido em 20 de agosto de 2010]. Disponível em: [http://www.abiresearch.com/press/3443-Mobile+TV+Services+Set+for+Accelerated+Adoption+After+2012%3B+Forecast+to+Top+\\$20+Billion+in+2015](http://www.abiresearch.com/press/3443-Mobile+TV+Services+Set+for+Accelerated+Adoption+After+2012%3B+Forecast+to+Top+$20+Billion+in+2015).

¹⁷² Cf. ABI. 2010. *Mobile TV Services Set for Accelerated Adoption After 2012; Forecast to Top \$20 Billion in 2015* [online]. [Acedido em 20 de agosto de 2010]. Disponível em: [http://www.abiresearch.com/press/3443-Mobile+TV+Services+Set+for+Accelerated+Adoption+After+2012%3B+Forecast+to+Top+\\$20+Billion+in+2015](http://www.abiresearch.com/press/3443-Mobile+TV+Services+Set+for+Accelerated+Adoption+After+2012%3B+Forecast+to+Top+$20+Billion+in+2015).

IV.5 | A RÁDIO DIGITAL AINDA É RÁDIO?

Uma das questões mais relevantes no âmbito do estudo da rádio durante a sua transição digital é a da própria essência do meio. A rádio *online*, ou em qualquer das novas plataformas, é ou não rádio? Mais do que obter uma resposta, importa-nos recolher alguns contributos para pensar a rádio no século XXI. Tacchi (2000: 292) parte da constante adaptabilidade do meio para responder à pergunta: "radio is what history says it is: it has no essence since it has already taken, and continues to take, different forms. Radio is what it is at a given time, in a given context of use and meaningfulness". Neste sentido evolutivo, podemos entender a rádio como o resultado do seu tempo, do contexto e dos usos sociais. Como um conceito aberto. No entanto, tal abertura perante a evolução formal da rádio, pode levar a uma considerável diluição da sua essência, no contexto de convergência e digitalização: como diz Rudin, existe o receio de que se desenvolva uma conceção errada: "DAB will be seen as poor man's television rather than 'rich' enhanced radio" (2006: 176).

Se recuarmos alguns anos, constatamos que, tecnicamente, a caracterização do recetor podia ser um elemento identificativo da rádio. Porém, atualmente, constata-se que a rádio já não pode ser definida de acordo com as características físicas do aparelho que a recebe (Rudin, 2006; Meneses, 2007), dada a sua natureza diversa.

Se a rádio é, tradicionalmente, um fluxo sonoro, têm surgido, academicamente, propostas distintas para denominar os novos formatos. Berry (2006) debruça-se sobre o enquadramento do *podcast*. O que o autor explica é que, embora muitas vezes, o *podcast* soe a rádio, defini-lo dessa forma é ignorar várias características, como a própria natureza da entrega do conteúdo: "*podcasts* are therefore defined as content with the lazy benefits of push media but with all personalization features of pull media" (Berry, 2006:156). Neste sentido, talvez seja mais correto aplicar ao *podcast* expressões como "radiogénico"¹⁷³ (Berry, 2006: 155). No mesmo sentido Shaw (2006) não utiliza a expressão "rádio", mas refere-se a serviços de áudio que serão fruídos como a rádio, em movimento ou em simultâneo com outras atividade, mas com possibilidade de recurso a dados complementares. E aqui incluem-se serviços híbridos fornecidos por empresas que não são rádios.

Segundo Meneses (2008: 157), o que vai resultar da ligação entre a rádio e a internet é algo cada vez mais distinto da rádio que temos tido. A utilização de outras linguagens, como o vídeo, não exclui a utilização da palavra "rádio", desde que não se quebre o fluxo sincrónico que sempre caracterizou o meio. A digitalização vem, pois, mostrar que a rádio pode não ser só som. O que, aliás, nunca foi uma verdade completa, como já explicava Meditsch (1995). A sua fruição pode, agora, ser mais multisensorial do que nunca. Porém, a personalização, nomeadamente a escolha por menu, invalida a

¹⁷³ Tradução nossa para o original "radiogenic".

classificação do serviço como rádio, porque a rádio não é personalizável. O que parece certo, segundo Meneses, é que, na linha do pensamento de Brecht, o foco será cada vez mais centrado no consumidor, cujo poder vai aumentando significativamente (2008: 157).

É neste contexto multiplataforma, de conteúdos mais direcionados e com cruzamento de linguagens que a rádio pública se encontra em Portugal neste novo milénio. É o caminho que ela percorre até esse momento, que iremos analisar na segunda parte.

2ª PARTE: ESTUDOS EMPÍRICOS

A segunda parte deste trabalho é composta por dois estudos. Primeiramente, estabelecemos uma visão diacrónica sobre a rádio pública, recuando ao seu surgimento enquanto rádio estatal. Este estudo aborda as diferentes fases da história da EN, da RDP e termina com a reestruturação da rádio pública, aquando da sua fusão com a televisão. A primeira parte do nosso trabalho é a base que nos permite compreender melhor este estudo. Aí incluímos os contextos que nos permitirão seguidamente compreender a crise do alargamento do mercado, as novas tendências de gestão, a implementação de modelos de governo ligados à responsabilidade social, entre outras tendências que marcaram o amadurecimento da rádio pública. Depois de documentar a evolução da rádio pública, um segundo estudo irá debruçar-se sobre a forma como os portugueses e o mercado reagiram às diferentes orientações do operador.

V | A EMISSORA NACIONAL

A Emissora Nacional foi o altifalante do Estado Novo até ao 25 de abril (Cristo, 2005; Ferreira, 2008; Ribeiro, 2005). Traçamos seguidamente a forma como ela marca a rádio em Portugal, enquanto antecedente e antítese da rádio de serviço público.

V.1 | DO PIONEIRISMO À REGULAMENTAÇÃO

A rádio pública portuguesa nasce na década de 30. No entanto, a história da radiodifusão no nosso país dá os seus primeiros passos no início do século. As primeiras experiências nacionais com a Telegrafia Sem Fios¹⁷⁴ aconteceram no âmbito militar, em 1901, chegando essa tecnologia a merecer a atenção do jornal *O Século*, que lhe dedicou artigos extensos (Silva, 2003). Um ano mais tarde ter-se-ão realizado as primeiras experiências civis. Trata-se da troca de mensagens entre a Estação de Semáforos de Cascais e o cruzador “D. Carlos” em Maio de 1902, realizada por dois empregados dos Correios e Telégrafos (Silva, 2002b; 2003). Ainda em 1902, porém sem data definida, José Celestino Costa¹⁷⁵, um aluno da Escola Politécnica de Lisboa, terá pago a ousadia das suas experiências com a apreensão pela polícia de todo o material existente em sua casa, uma vez que a utilização de aparelhos de rádio era proibida à altura (Maia, 1995; Gomes, 1999 e Silva, 2003). Convém referir que, quando se fala da transmissão de mensagens por via *hertziana*, nesta altura, estamos a falar de transmissão em código Morse.

No dealbar da Primeira Guerra Mundial, em 1914, as experiências de Fernando Medeiros, que incluíram a primeira transmissão de música no nosso país, a 24 de abril (Gomes, 1999), também ficam para a história, embora delas não haja registo oficial (Silva, 2002b). Medeiros, que nessa altura era ainda estudante universitário, logo abandonou o projeto e só voltaria à rádio já na década de 20: a sua emissora, situada na Rua da Graça, em Lisboa, teve duas designações, primeiro Rádio Hertz e, posteriormente, Rádio Continental (Maia, 1995; RDP, 1986). A Rádio Hertz, que à época era bastante

¹⁷⁴ Telegrafia sem fios: no início do século XX, este conceito engloba radiotelegrafia, radiofonia e radiodifusão; como explica Santos (2000), a partir do momento em que os microfones passaram a estar disponíveis, os amadores foram seduzidos pela ideia de transmitir a voz e, para tal, bastava substituírem o terminal da chave telegráfica pelo microfone.

¹⁷⁵ Celestino Costa é uma das referências históricas para os radioamadores. Além deste, são referidos por Santos (2000), Maia (1986) e Silva (2003), nomes como os de Alberto Carlos de Oliveira e José Joaquim de Sousa Dias Melo como sendo fulcrais neste período de experiências à volta de uma nova tecnologia.

popular, chegou a ter em antena importantes nomes do teatro português e durante as suas emissões transmitia concertos a partir de alguns cafés (Maia, 1995).

Assim, neste período inicial, durante os anos da Guerra, e mesmo nos anos imediatos, os postos de rádio em Portugal eram, frequentemente, o resultado da atividade de entusiastas que, pelas suas próprias mãos, construíam e mantinham o material técnico necessário e, habitualmente, transmitiam (durante um par de horas semanais, ou consoante o seu tempo livre) a partir de instalações improvisadas nas suas casas (Maia, 1995; RDP, 1986).

Na realidade, só na década de 20 a rádio se viria a desenvolver, definitivamente, em Portugal. Para entender esse desenvolvimento, Santos, explica os dois momentos chave no processo de industrialização da rádio:

“o uso de válvulas electrónicas na emissão e recepção (após a sua popularização a seguir à primeira guerra mundial, sucedendo aos emissores de faísca e aos receptores de galena) e a substituição do auscultador pelo altifalante (desde 1925), permitindo a escuta colectiva. Passava-se da cultura do senfilista, que construía o seu equipamento, isolado numa cave ou num sótão, com o auscultador em busca de sons e sinais, para o radiófilo, que colocava o aparelho no centro da sala, com um enorme altifalante separado do resto do receptor deleitado a escutar música” (2000:128).

Pode, pois, afirmar-se que, até ao início das emissões regulares de rádio no nosso país, em 1925, essas pequenas emissoras que surgiram tiveram uma existência mais ou menos fugaz e um “cunho bairrista e colectivista” (Maia, 1995:36).

A bibliografia existente sobre estes primeiros anos é, por vezes, divergente e imprecisa relativamente a alguns protagonistas desta fase da história da rádio portuguesa, no entanto, converge no que diz respeito ao início das emissões regulares. No dia 1 de março de 1925, a Rádio Portugal (inicialmente denominada P1AA e depois CT1AA) transmitiu o seu primeiro concerto “com altifalantes espalhados por diversas ruas ou colocados nas janelas dos felizes proprietários de receptores de rádio. Centenas de pessoas seguiram esta emissão, acompanhando-a com fortes aplausos, resultando a transmissão num tremendo sucesso” (Maia, 1995:37). Pouco depois, no dia 3 de maio, a Rádio Lisboa (P1AC) faria uma transmissão semelhante (Maia, 1995). Quatro dias depois, a Administração-Geral dos Correios Telégrafos e Telefones¹⁷⁶ (AGCTT) suspende a atividade de várias emissoras¹⁷⁷. A AGCTT justificou

¹⁷⁶ A Administração Geral dos Correios e Telégrafos era a entidade responsável pelo licenciamento, o que explica as primeiras letras da denominação atribuída a cada posto: CT (Maia, 1995).

esse encerramento dos postos (que estavam devidamente licenciados) com a possibilidade de terem sido difundidas para fora de Portugal notícias falsas sobre os recentes acontecimentos no país, no entanto, Maia (1995) desmente firmemente que tal tenha acontecido, uma vez que, tecnicamente, era impossível captar essas emissões fora de Portugal. Durante dois meses não puderam ser feitas transmissões; e a situação, segundo o autor (Maia, 1995), só foi desbloqueada a 2 de julho pela Polícia de Segurança do Estado, após pressões da Sociedade Portuguesa de Amadores de TSF.

Como já referimos, a bibliografia existente (Gomes, 2000; Maia, 1995; RDP, 1986; Ribeiro, 2005) é consensual no que diz respeito ao início das emissões regulares, que acontece em 1925. No entanto, algumas fontes referem o dia 1 de março (Silva, 2002a), enquanto outras o 25 de outubro de 1925 (Maia, 1995; RDP, 1986; Ribeiro, 2005) como data inaugural. Se tivermos em conta que houve uma interrupção nas transmissões verificada entre maio e julho por ação dos Correios e Telégrafos, parecemos mais correcto falar de regularidade a partir do dia 25 de outubro de 1925¹⁷⁸.

A estação chamava-se CT1AA (anteriormente P1AA) e era propriedade de Abílio Nunes dos Santos Júnior, um descendente dos proprietários dos Armazéns do Chiado, local onde começam as suas emissões experimentais, em 1924 (Maia, 1995). Rapidamente, a emissora implantou-se. Segundo Maia (1995), começou a ser ouvida com entusiasmo num raio de 40 quilómetros, passando mais tarde a chegar ao estrangeiro. O seu funcionamento era quase profissional e a estação beneficiava do investimento técnico feito pelo seu proprietário que, dos Estados Unidos da América, trazia o melhor material que se produzia à época (Maia, 1995). A estação, que funcionou ainda com o nome de Rádio Colonial, cedeu todo o seu material técnico à Emissora Nacional (EN), quando encerrou (Maia, 1995). Foi, precisamente, quando o aparecimento da EN foi tornado público pela imprensa, que o CT1AA iniciou o seu encerramento. Em ata, ficou registado que

“aos 31 de Março de 1934, pelas 22.30 horas, se declarou, pelo microfone, a todos os radiouvintes portugueses que a estação CT1AA reconhecia ter findado a missão que se tinha disposto a cumprir até ao tempo em que a seguir fosse a grande aspiração nacional: uma motivada e verídica função da radiodifusão. Dado que em 1 de abril deste mesmo ano seria feita a primeira radiação da grande Emissora Nacional. CT1AA, estação Rádio Lisboa, entendeu dever conceder-lhe a honra de sensibilizar os receptores de todo o país sem que mais

¹⁷⁷ Ribeiro (2005) refere o encerramento de todos os postos existentes, Maia (1995) enumera cinco postos emissores em Lisboa; desconhece-se se estas duas posições podem ser lidas convergentemente, uma vez que, no Porto, já havia atividade radiofónica.

¹⁷⁸ Note-se, porém, que há ainda uma outra perspectiva sobre o início das emissões regulares. Santos (2000) adverte que houve períodos sem emissões posteriores a 1925, como por exemplo, durante as férias do CT1AA, entre agosto e outubro, ou enquanto se esperava pelas peças sobressalentes que viriam resolver qualquer avaria no emissor, pelo que não se deve, verdadeiramente, falar de continuidade nas emissões; o autor sugere como mais justo, para a atribuição do início das emissões regulares, o período entre 1927 e 1930.

nenhuma onda nacional de função semelhante existisse” (Maia, 1995). E assim foi, primeiro a Onda Média (OM) e depois a Onda Curta (OC) do CT1AA deixaram de ser ouvidas¹⁷⁹.

O período compreendido entre o início das emissões regulares e a publicação do primeiro decreto legislativo, em 1930, é um período de grande desenvolvimento, com o surgimento de vários emissores em Lisboa e no Porto. São os primeiros passos do caminho para a profissionalização, que chegará nos anos 30 (Ribeiro, 2005; Santos, 2000).

Respondendo a uma necessidade que era cada vez mais evidente na sociedade, em 1929 surgem no mercado revistas como a Rádio-Ciência e a Rádio-Programa e são realizadas várias exposições de divulgação da rádio, com o apoio dos lojistas (Santos, 2000). A necessidade de uma regulamentação torna-se, absolutamente, necessária.

O primeiro decreto relativo à radiodifusão, publicado em 29 de janeiro de 1930¹⁸⁰, tomava em conta o incremento da radiodifusão em todo o mundo e, admitindo o atraso da iniciativa comparativamente a que se passava no estrangeiro, referia a necessidade de se democratizar a telegrafia sem fios, reconhecendo os frutos que essas novas indústria e atividade trariam ao país, ao turismo e à economia. O diploma fixava que os serviços de radiodifusão, radiotelegrafia, radiotelefonia e radiotelevisão ou outros radioelétricos que viessem a ser descobertos eram monopólio do Estado, mas abria a porta a licenças e exploração de estações por particulares. A administração, fiscalização e exploração desses serviços competiam, no continente e ilhas, à Administração Geral dos Correios e Telégrafos, sob a tutela do Ministério do Comércio e das Comunicações e, nas colónias, ao Ministério das Colónias. O Estado tinha ainda a possibilidade de, em caso de perigo para a segurança pública ou para a República, proibir o uso das estações emisoras. O decreto abria concurso público para a aquisição de material e instalação de duas estações emisoras e uma retransmissora. No texto, encontramos subjacente uma dimensão instrumental da rádio, nos domínios económico e ideológico, como justificação da sua implantação.

¹⁷⁹ Maia (1995) situa em 1938 o final das emissões regulares do CT1AA e Santos (2000) situa o final da onda curta em 1936.

¹⁸⁰ Decreto nº 17:899, de 29 de janeiro de 1930. Da redação destacam-se alguns excertos:

“Os progressos da técnica moderna aumentaram consideravelmente o domínio da telegrafia e telefonia sem fios. A radiodifusão tomou um tam grande incremento em todo o mundo que Portugal, embora tardiamente, não pode deixar de acompanhar esse ramo da ciência com o interesse que deve merecer ao Estado o progresso científico dos seus nacionais. (...) A radiodifusão, pelo seu alto valor educativo, moral, artístico, literário e científico, contribui poderosamente para a ilustração dos povos. (...) Procura-se pelo presente decreto-lei criar uns serviços que serão eficientes com a assistência do Estado (...). Realizando-se a emissão por forma a ser ouvida com aparelhos de fácil aquisição, democratizar-se-há a telegrafia sem fios, tornando-a dentro em pouco indispensável a todos. Prevê-se a instalação de estações retransmissoras nos centros principais, por forma a que todo o País seja abrangido, e ainda a de estações que possam ser ouvidas nas ilhas adjacentes, colónias portuguesas e no estrangeiro (...). Far-se-há a propaganda do País, e consequentemente maior progresso advirá para o comércio e indústria nacionais, com a divulgação dos produtos portugueses, podendo ainda obter-se vantagens importantes, para o desenvolvimento do turismo (...). Dar-se-há lugar à criação duma nova indústria: a da construção de aparelhos e acessórios essenciais à radioelectricidade. Torna-se absolutamente livre a recepção, sem peias burocráticas ou exigências de pagamento de taxas diretas, que viriam a determinar um retraimento prejudicial ao fim que se tem em vista”.

No início da década de 30 muito estava a mudar na rádio em Portugal. O processo que levaria à criação da rádio pública estava iniciado, bem como o seu enquadramento legislativo. Como explica Santos (2000: 132), o amadorismo da década anterior estava a ficar pelo caminho e a própria rádio preocupava-se agora com uma nova forma de preencher a sua emissão¹⁸¹:

“a noção de programação é uma invenção dos anos 30, compondose de sequências de discos, peças radiofónicas, notícias, palestras sobre agricultura, saúde e outras artes, programas humorísticos e infantis e declamações de poesia” (Santos, 2000:132).

Em fundo, estava em curso uma mudança social, em breve, iria ser deveras importante no consumo dos *media*: a rádio era um meio em plena massificação que permitia um consumo musical cada vez menos circunscrito ao público culto que antes ocupava os salões (Santos, 2000). Agora, na intimidade do lar, a rádio permitia a transcendental experiência de viajar (Douglas, 2004).

É nesta década que nascem as três grandes estações que irão dominar a rádio em Portugal durante o período do Estado Novo, até à nacionalização, em dezembro de 1975: a EN, a Rádio Renascença (RR) e o Rádio Clube Português (RCP).

V.2 | A CRIAÇÃO DA RÁDIO OFICIAL

Como o próprio texto do Decreto nº 17:899 afirmava, a rádio oficial chegou ao nosso país um pouco mais tarde do que noutros países da Europa¹⁸². A instalação da EN principia com uma fase organizativa, na qual se inclui o enquadramento legislativo, logo no início na década de 30. Mas para aí chegar, foi preciso sensibilizar o poder em relação à radiodifusão. E esse processo, de que fazem parte as já referidas exposições e revistas, começou um pouco antes. António Araújo¹⁸³ considera que esse lento e paulatino movimento de chamada de atenção dos governantes assentou em vários fatores. Por um lado, na existência da estação privada RCP. E por outro, na publicação, a partir de 1924, da revista Rádio-Lisboa Magazine (a primeira de algumas publicações técnicas). A revista incluía artigos, escritos por figuras de prestígio, que chamavam a atenção para o fraco entusiasmo do Estado, perante uma

¹⁸¹ Como refere Marti Marti, o conceito de programação, como o conhecemos hoje, não existia na década de 20, o que havia nessa altura era mais próximo de uma “sucessão desordenada de programas” (2004:24).

¹⁸² Como exemplo, podemos citar a fundação da BBC em 1922, bem como as raízes das rádios públicas de alguns países nórdicos que remontam a 1925 e 1926.

¹⁸³ ARAÚJO, A.. 1985. História da Rádio – aparecimento da rádio oficial. *Informação Rádio*, novembro, n.º 9, pp. 19-20.

tecnologia que, noutros países, tinha já um significativo relevo¹⁸⁴. Não pode, ainda, ser esquecido que, em 1932, o jornal *O Século* promoveu um Congresso Nacional de Radiotelegrafia onde especialistas debateram e divulgaram o estado da arte¹⁸⁵. Do congresso, saiu a conclusão de que, mais do que indiferença, existia uma desconfiança da parte do Estado perante a rádio¹⁸⁶. No entanto, estava dado mais um passo.

Em regra, este período inicial da década de 30 transpira entusiasmo em torno das potencialidades da radiodifusão, pese embora a estranheza que, num país com uma grande fatia de analfabetos, tal invenção podia por vezes causar. Fora de Portugal, os primeiros escritos sobre a rádio refletem, precisamente, esse entusiasmo, como veremos adiante.

Como foi anteriormente referido, o diploma fundador autorizava a abertura de um concurso para a aquisição de dois emissores, um de Onda Média (OM) de 20 kw e outro de Onda Curta (OC) de 10 kw. Decorreriam ainda dois anos com estudos e trabalhos de montagem. Os estúdios são, então, instalados num terreno situado na esquina da Rua do Quelhas com a Rua João das Regras. A AGCTT escolheu, para a instalação dos emissores, um terreno no Alto do Paimão, concelho de Barcarena. As obras estão concluídas apenas em março de 1933 e, no mês seguinte, começam as experiências com o emissor de OM¹⁸⁷.

Com a estrutura montada, havia que criar uma orgânica. Em 1933 são, então, publicados os Decretos-Lei nº 22.783 e nº22.784, datados de 29 de junho. No Decreto-Lei 22.783¹⁸⁸ é feita referência, pela

¹⁸⁴ ARAÚJO, A.. 1985. História da Rádio – aparecimento da rádio oficial. *Informação Rádio*, novembro, n.º 9, pp. 19-20.

¹⁸⁵ Nas páginas do *Século* podia ler-se a 8 de novembro de 1931: “segundo o nosso cálculo, o numero sempre crescente de ouvintes radiotelefonicos deve ascender, atualmente, a cerca de 30:000. Pois essa massa consideravel, que em cada povoação é representada pelas pessoas mais progressistas, mais amantes das grandes inovações da ciencia, pode e deve agora converter-se, através do I Congresso Nacional de Radiotelegrafia, num todo devidamente correlacionado e disciplinado”

¹⁸⁶ ARAÚJO, A.. 1985. História da Rádio – aparecimento da rádio oficial. *Informação Rádio*, novembro, n.º 9, pp. 19-20.

¹⁸⁷ Cf. *Rádio Nacional* de 30 de julho de 1949, pp. 12-13.

¹⁸⁸ Do Decreto-Lei nº22.783 destaca-se o seguinte: “adquiriu o Estado, pela Administração Geral dos Correios e Telégrafos, uma estação emissora de onda média de 20kW e vai adquirir uma retransmissora para o Pôrto e uma estação emissora de onda curta que permita levar a palavra lusíada a todos os portugueses espalhados pelo nosso vasto Império, pelo Brasil e pela América do Norte. Importa agora – que os trabalhos de montagem da Emissora Nacional em onda média prosseguem com celeridade (...) promover a organização dos serviços radioeléctricos e dos Estúdios da Emissora Nacional, em condições de não iludir as esperanças que todos põem na realização de tam importante melhoramento, assegurando a êsses serviços a autonomia exigida pela sua natureza especial e atribuindo-lhes os meios financeiros indispensáveis. Nêle se estabelece também o princípio da obrigatoriedade do pagamento de uma contribuição por parte dos proprietários ou detentores de instalações radioeléctricas emisoras ou receptoras, semelhante ao que se faz hoje em muitos outros países para a Administração Geral dos Correios e Telégrafos poder fazer face às despesas resultantes da aquisição e instalação das estações emisoras e retransmissoras e sobretudo aos encargos da sua exploração. As taxas serão fixadas (...) obedecendo ao critério de taxa única para todas as estações receptoras. (...) Art.º 9º - Para a instalação e exploração das emisoras nacionais poderá a Administração Geral dos Correios e Telégrafos utilizar os seus circuitos telefónicos, aproveitar terrenos e edifícios pertencentes ao Estado e adquirir ou expropriar quaisquer terrenos que julgue necessários. (...) Art.º 19º - É criada na Administração Geral dos Correios e Telégrafos a Direcção dos Serviços Radioeléctricos. Art.º 20º - Compete à Direcção dos Serviços Radioeléctricos organizar, dirigir e fiscalizar os serviços de radiocomunicações que lhe são atribuídos por êste decreto e, em especial, orientar superiormente, sob o ponto de vista técnico, a exploração, instalação e funcionamento das estações emisoras nacionais de radiodifusão e respectivos estúdios. (...) Junto dos Estudios das Emissoras Nacionais, e em colaboração com a Direcção dos Serviços Radioeléctricos, funcionarão uma Comissão de Programas e uma Comissão Administrativa dos Estudios. §1.º. A Comissão de Programas Radiofónicos será nomeada livremente pelo Ministro das Obras Públicas e Comunicações e de entre individualidades de elevada cultura artística, musical ou literária, ou especializados em assuntos de radiodifusão, e nela poderão ter representação organismos oficiais que

primeira vez à EN. O diploma vem remodelar e completar o que havia sido publicado anteriormente. Refere-se à organização dos Serviços Radioeléctricos, regulamenta a receção e emissão radiofónicas e faz referência aos objetivos da rádio oficial, que deveria se ouvida a nível nacional, no Brasil e na América do Norte. O governo identifica a necessidade de um novo retransmissor para o Porto e de uma nova estação emissora de OC para difundir além-fronteiras. O Conselho de Radioelectricidade é extinto. Nasce a Direcção dos Serviços Radioeléctricos, no seio da AGCTT; e, para a EN, são criadas a Comissão Administrativa dos Estúdios e uma Comissão de Programas¹⁸⁹. Simultaneamente, é instaurada a obrigatoriedade do pagamento de uma contribuição, por parte de quem tenha um emissor, ou um recetor. O valor era de 6\$00, sendo reduzido em metade, no caso de comprovada pobreza. Note-se que, no anterior decreto de 1930, se assumia a gratuidade da receção, com o objetivo de ajudar ao seu desenvolvimento¹⁹⁰. No segundo decreto¹⁹¹ é publicado o Regulamento das instalações radioeléctricas. Nele se regulamentava a emissão, a receção, a instalação de antenas, para além da previsão dos procedimentos em caso de interferências radioeléctricas. Relativamente às emissoras privadas, o decreto impunha a proibição, quer da exploração publicitária, quer da emissão de programas sem prévia autorização da Direcção dos Serviços Radioeléctricos. Apesar das variantes, o processo era idêntico ao que se vivia no resto da Europa. A fase emergente da rádio era caracterizada por legislação que pretendia manter o meio no posse e sob o controlo do governo (Van Cuilenberg e McQuail, 2003).

tenham a seu cargo serviços relacionados com a radiodifusão. (...) Art.º 23º - A Comissão Administrativa dos Estudos tem autonomia administrativa e poderá contratar ou assalariar, com dispensa de quaisquer formalidades legais, o pessoal técnico e artístico que julgue necessário (...)”.

¹⁸⁹ A primeira tem a organização, a direcção e a fiscalização da radiodifusão no país, a segunda tem a seu cargo a administração de verbas e é composta pelos diretores técnico e artístico (este último é, também, o presidente da Comissão de Programas) dos Estúdios e por um vogal da área comercial. A Comissão de Programas dirige a organização dos programas necessários às emissões.

¹⁹⁰ Segundo Maia (1995), a obrigatoriedade deste pagamento provocou bastantes protestos, sobretudo relacionados com a qualidade da audição da EN, que era prejudicada por ruídos industriais.

¹⁹¹ Mantendo o Estado o monopólio destes serviços, tal como previsto no decreto de 1930. O Decreto-Lei 22.784 definia que: “Art.º15º - As estações radioeléctricas emissoras, fixas ou móveis, são classificadas nas categorias seguintes: a) Estações designadas a serviços públicos – abertas ou não à correspondência pública –ou à exploração e de serviços privados ou especiais; b) Instalações de amadores, destinadas a promover a divulgação e vulgarização das ciências radioeléctricas, sem qualquer interesse pecuniário directo ou indirecto; c) instalações experimentais (...)§3.º. Em casos especiais, poderão as estações emissoras experimentais e de amadores ser autorizadas a realizar emissões de radiodifusão, mediante parecer favorável da Direcção dos Serviços de Radioeléctricos, que fixará, para cada caso, os horários e as frequências a empregar. Estas estações não poderão fazer publicidade a título gratuito ou oneroso, nem emitir programas sem prévia aprovação da Direcção dos Serviços Radioeléctricos, ficando obrigados a transmitir as emissões que oficialmente lhe forem determinadas, e os seus noticiários serão previamente aprovados ou, quando o não sejam, não poderão ser diferentes dos das emissoras nacionais”.

V.3 | OS PRIMEIROS ANOS DA EN

As primeiras experiências da rádio oficial começam em agosto de 1933 e prolongam-se por cerca de um ano. António Joyce (chefia dos programas), Manuel Bivar (diretor técnico) e Jorge Braga (vogal)¹⁹² são nomeados como os seus primeiros responsáveis.

São constituídas várias orquestras durante este período, de acordo com a prioridade dada à vertente artística pela direção (Ribeiro, 2005). Em 1934 é fundada a Orquestra Sinfónica Nacional, cuja atividade, ao longo das décadas seguintes, se iria revelar de enorme relevância cultural, dentro e fora da Emissora¹⁹³.

Tecnicamente, é o início de um processo de solidificação que, lentamente, deixará para trás o amadorismo que caracteriza o corpo técnico dos primeiros tempos¹⁹⁴. Mesmo durante esta fase experimental, a rádio oficial esteve atenta à atualidade e acompanhou os acontecimentos marcantes do regime, saindo à rua para fazer reportagem em exterior (RDP, 1986; Ribeiro, 2002).

A audiência ia crescendo. No início de 1934 a imprensa dava conta da inscrição, na AGCTT, de 17 mil pessoas para o pagamento da taxa, o que resultava já numa quantia significativa para o arranque da EN¹⁹⁵. Os preparativos técnicos eram ultimados, e no dia 26 de maio, podia ler-se no *Diário de Lisboa*:

“desde ontem à noite que a Emissora Nacional está a irradiar, ininterruptamente, com os melhores resultados. Após um período de cêrca de um mês de experiências de 10 horas por dia, a Emissora presta assim excelentemente as suas ultimas provas, que devem durar quasi 90 horas”.

Pouco depois, em julho, os primeiros funcionários, com carácter permanente, da Comissão Administrativa dos Estúdios das Emissoras Nacionais, começam a ser admitidos¹⁹⁶. A rádio estava praticamente pronta e a primeira sedimentação técnica tinha sido conseguida. Com os estúdios situados no nº 2 da Rua do Quelhas, a EN é inaugurada em 1935, no dia 4 de agosto, muito embora a

¹⁹² Cf. *Rádio Nacional*, de 30 de julho de 1949, pp. 12-13.

¹⁹³ Cf. *Planos em curso de execução e perspectivas de ação futura* – documento interno da Administração associado ao plano de atividades da EN para 1954.

¹⁹⁴ Cf. *Rádio Nacional*, de 30 de julho de 1949, pp. 12-13.

¹⁹⁵ Cf. *Diário de Lisboa*, de 6 de janeiro de 1934.

¹⁹⁶ O recrutamento foi feito por livre escolha, embora em alguns casos tenham existido “concursos limitados e particulares” (cf. documento do arquivo da RTP posterior a 1965, mas sem data definida).

cerimónia tivesse estado oficialmente marcada para o dia 1 desse mês¹⁹⁷. O programa da inauguração prolongou-se por uma semana, as emissões contaram com as vozes dos mais importantes locutores da estação, Áurea Rodrigues, Fernando Pessa e Maria de Resende, e com as participações de nomes grandes das artes portuguesas, como Almada Negreiros, Mariana Rey Colaço, ou João Villaret, entre muitos outros (Maia, 1995). A imprensa da época deu-lhe ampla importância, nomeadamente o *Século* e o *Diário de Notícias*, que dedicaram números especiais à inauguração da EN. O clima era de particular entusiasmo¹⁹⁸.

É o momento da instalação das novas instituições: 1933 e 1934 culminam o período durante o qual o salazarismo foi preparando o terreno que viria a permitir a viabilização do novo regime (Rosas, 1994). Ciente da necessidade de fazer a pedagogia dos princípios orientadores do Estado, Salazar empossa António Ferro como diretor do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN) em outubro de 1933.

“politicamente ‘só existe o que se sabe que existe’ porque ‘a aparência vale pela realidade’ era indispensável encenar as grandes certezas e a sua tradução política, glosar os benefícios da sua concretização, impô-las no espírito de todos e de uma forma total: na família, nas escolas, nas aldeias, nas oficinas, nas ruas, no lazer, no quotidiano. Em suma, era necessária a propaganda” (Rosas: 94, 292).

Nesta altura, o SPN não controlava a EN. A rádio estava sob a dependência do Ministério das Obras Públicas e Comunicações. Mas António Ferro, que compreendia as virtudes da utilização da estação oficial para a propagação dos pilares político-ideológicos do Estado, encetou, desde os primeiros tempos da emissora, uma pressão sobre o Presidente do Conselho, para a colocar sob a alçada do SPN (Ribeiro, 2005). Só que Salazar não pretendia mobilizar as massas da mesma forma que os regimes totalitários europeus faziam, como explica Ribeiro (2005). Isso refletiu-se na forma como sempre usou os *media*, e até na forma de financiar a emissora: o Presidente do Conselho

“pretendia antes que as massas não questionassem o percurso que ele, enquanto Chefe do Governo, havia traçado para o país. Desta forma, a principal preocupação não era instrumentalizar os media a seu favor, mas antes criar redes de controlo, de forma a evitar que os meios de comunicação pudessem ser

¹⁹⁷ Cf. *Rádio Nacional*, de 30 de julho de 1949, p. 12.

¹⁹⁸ Questionado pelo repórter da *Radio-Semanal* (e citado na edição de 10 de agosto de 1935, p. 2), o Presidente da República, Óscar Carmona, disse na cerimónia: “Qual a minha impressão? Magnífica. Creio bem que a Emissora Nacional será, dentro em pouco, um elemento de progresso para a nossa terra”

utilizados como instrumentos de difusão de ideias contrárias ao regime” (Ribeiro, 2005:112).

Fiel a esta forma de gerir a informação, e com o objetivo de fiscalizar qualquer desvio que existisse na EN, Salazar colocou na estação Fernando Homem Christo, ex-aluno seu e defensor do fascismo que, embora não tendo um cargo oficial dentro da emissora, tinha como objetivo dar início à criação de um Serviço Político, que controlaria a propaganda transmitida e fiscalizaria toda a atuação da rádio (Ribeiro, 2005). Entre Homem Christo e Ferro, estalou um conflito que seria sanado por Salazar, nomeando alguém da sua confiança para a EN (Ribeiro, 2005).

Assim, o primeiro presidente da EN foi o capitão Henrique Galvão, nomeado para dirigir a nova Comissão Administrativa, em junho de 1934, e nela acompanhado por Pires Cardoso e Manuel Bivar. A situação com que Galvão se deparou nos primeiros tempos de exercício do cargo não terá sido simples. Devido à escassez financeira, o presidente da Comissão Administrativa quis arrumar a casa, reestruturando as orquestras, impondo alguns procedimentos e criando uma nova orgânica, o que lhe valeu alguma contestação interna¹⁹⁹, e gerou alguns processos menos pacíficos²⁰⁰. Logo na altura da inauguração, Galvão, em declarações ao Século²⁰¹, falava da

“preocupação de criar condições administrativas dentro das quais a Emissora Nacional possa viver conforme as suas receitas. Estabeleceu-se, então, uma organização; foram criados certos elementos indispensáveis de administração que não existiam; suprimiram-se outros que, sendo inúteis ou dispensáveis, de momento, podiam aliviar o montante das despesas; elaborou-se um orçamento; estabeleceram-se regulamentarmente regras de trabalho (...) isto é, montou-se uma máquina que pode trabalhar com regularidade, sem surpresas nem riscos”.

O ano de 1935 estava a terminar. Um rádio Philips modelo 510 custava 134\$00. Na imprensa²⁰², anunciava-se a sexta edição da Exposição de Rádio e Electricidade como “uma das mais eloquentes demonstrações de quanto técnica e artisticamente se tem progredido no espaço de um ano em matéria de radiotelefonía, em amplificação do som e em electrotécnica”.

¹⁹⁹ O que é, também, retratado em textos do próprio Henrique Galvão (Cf. *Radio-Semana*, de 31 de julho de 1937, pp. 9-10).

²⁰⁰ ARAÚJO, A. 1986. História da Rádio – A Emissora Nacional. *Informação Rádio*, fevereiro, n.º 12, pp. 20-21.

²⁰¹ Cf. *Rádio Nacional*, de 3 de agosto de 1935, p. 3.

²⁰² Titulava a *Radio-Semana*, de 16 de novembro de 1935, p. 3.

Grande estava a ser o desenvolvimento da rádio no nosso país. Mas, no horizonte, podia já ver-se a televisão²⁰³. Recorde-se que, apesar do entusiasmo da época, Portugal, tinha começado tarde: em 1937, estavam registados pouco menos de 70 mil recetores de rádio, o que colocava o país entre a Argélia e o Egipto; nos Estados Unidos, só em automóveis, os registos desse ano davam conta de cinco milhões durante esse ano²⁰⁴.

Após a inauguração, a programação da EN, tal como é explicado por Ribeiro (2005), era de nove horas diárias, distribuídas pelos períodos do almoço, do final da tarde e noite. O seu conteúdo incluía programas musicais (com preponderância da música gravada, após os corte financeiros nas orquestras) e palestras²⁰⁵ (maioritariamente com temas políticos alinhados com o regime e normalmente de cariz erudito). Eram, igualmente, incluídos programas infantis²⁰⁶, recitações e leituras, programas de propaganda das terras portuguesas, efemérides, cotações da bolsa, o diário do Governo, uma revista de imprensa (sendo que os conteúdos informativos não eram, de forma alguma, prioritários) e, ainda, programas dedicados à mulher, com um cariz pedagógico (Ribeiro, 2005).

O regime assentava em vários pilares que tentavam enformar o quotidiano dos portugueses:

“Deus, Pátria, Autoridade, Família, e Trabalho – tais foram os cinco grandes valores e princípios em que Salazar fez assentar a sua teoria e a sua acção políticas, e com os quais procurou impregnar o quotidiano mental dos Portugueses. O seu objetivo era proceder a uma verdadeira ‘revolução mental e moral’ que pusesse cobro à decadência das elites dirigentes e restituísse à Nação a fé e confiança nos seus destinos” (Reis, 1996: 717).

A EN era um instrumento neste desígnio, sempre fiel ao Estado. Tinha no seu seio uma secção política que zelava pelo enquadramento dos conteúdos da emissora nos pilares ideológicos do Governo, os textos eram revistos pelos diretores, havia mapas diários onde todos os conteúdos eram registados e a admissão de todos os colaboradores necessitava da aprovação de Henrique Galvão que, com o passar do tempo, ia intensificando o controlo sobre os programas (Ribeiro, 2005).

²⁰³ Um artigo publicado na *Radio-Semanal*, de 17 de julho de 1937 (p. 9) sob o título “A rádio de amanhã – Quando teremos a televisão?” dava conta do que se passava, sobretudo, na Alemanha, na Inglaterra, nos Estados Unidos da América, na França e em Itália.

²⁰⁴ Cf. o artigo “A rádio em todos os países do mundo”, pp. 16-17, da *Radio-Semanal*, de 25 de junho de 1938.

²⁰⁵ Segundo Ribeiro (2005), a excessiva formalidade na apresentação dos programas da EN e os conteúdos das palestras eram, frequentemente, desadaptados de um auditório com elevados índices de analfabetismo. Por causa disso, houve, para além de uma preocupação com as qualidades fónicas dos oradores, uma tentativa de aligeirar e tornar mais acessíveis os conteúdos e a forma das palestras.

²⁰⁶ As emissões infantis começam a ter uma importância considerável, sobretudo as da RR, do RCP e da EN; a imprensa dedicava ao tema e aos protagonistas alguma atenção.

Fruto da forte experiência colonial que havia tido²⁰⁷, Galvão preocupava-se, não só com a receção na metrópole, mas também com a audição em todas as colónias. Aliás, era apoiado nessa intenção pelo Ministro das Obras Públicas, Duarte Pacheco que, tal como explica Ribeiro (2005), não compreendia que a EN não se ouvisse fora da metrópole. O emissor de OC cuja compra estava prevista no Decreto-Lei nº22.783, não tinha chegado a ser adquirido. Devido ao fraco investimento do Governo, a estação teve de se contentar com um pouco potente emissor (5kw) construído pelos próprios funcionários da Emissora, com material sobressalente e algumas poupanças oriundas do serviço de programas, que começou a ser usado em 1936 e que permitiu que fossem ouvidas com regularidade as emissões fora da metrópole (Ribeiro, 2005). É o início do reconhecimento da importância das emissões ultramarinas, tal como é explicado por Ribeiro,

“as emissões em onda curta assumiram-se como um meio importante na comunicação entre a metrópole e os territórios ultramarinos, propagando sentimentos patrióticos muito gratos ao Estado Novo” (2005: 149).

O processo é moroso, e a prioridade dada às emissões ultramarinas demorará a chegar. Porém, há um aumento das horas de emissão em OC para os territórios ultramarinos, que, em 1937, eram já nove por dia. É então que surge a “Meia Hora da Saudade”²⁰⁸, um programa de enorme êxito, preenchido grandemente pelas declarações de saudade de familiares separados geograficamente entre a metrópole e as colónias (Maia, 1995; Ribeiro, 2005). Em 1939 a “Meia Hora da Saudade” passava a ter a duração de uma hora e era transmitido em quatro emissões distintas para África, África e Ásia, Brasil e América do Norte (Ribeiro, 2005).

Há um aumento de qualidade e diversidade nas emissões da EN (Ribeiro, 2005). Dava-se, nesta altura uma atenção particular à transmissão de concertos captados no exterior e de eventos ligados ao folclore e às tradições portuguesas; é o tempo dos Jogos Florais (desde 1936) e dos serões²⁰⁹. Ainda assim, alguma crítica referia-se na imprensa ao excesso de palestras e música clássica da emissora oficial²¹⁰. De facto, no que diz respeito à música, havia à época uma clivagem grosseira de gostos entre um grupo social que encontrava satisfação na música clássica e um outro que preferia claramente uma

²⁰⁷ Henrique Galvão era visto como um homem que olhava com carinho as «cousas coloniais». Cf. *Radio-Semanal*, de 6 de novembro de 1937, p. 17.

²⁰⁸ Os nomes dos programas de rádio serão sempre colocados entre aspas

²⁰⁹ Cf. *Rádio Nacional*, de 30 de julho de 1949, pp. 12-13.

²¹⁰ O espaço de crítica assinado por Zé-Locutor, na primeira edição de 1937 (3 de janeiro) da *Rádio Nacional* (p. 3) referia-se ao facto de ser habitual criticar a EN: “porque transmite fados, porque tem palestras a mais, porque a música clássica é como as pragas de gafanhotos quando dão em aparecer. Enfim, diz-se mal da Emissora pelo que faz e pelo que não faz”.

maior ligeireza²¹¹. As orquestras da estação são reorganizadas em 1938 e as nove formações passam, então, a cobrir várias áreas musicais, da popular à sinfónica²¹².

O teatro estava ainda ausente da rádio portuguesa, o que motivava alguma pressão sobre a EN. Vários artigos publicados na *Radio-Semanal* questionavam a ausência do teatro radiofónico nas estações nacionais e incentivavam à sua inclusão, em prol do desenvolvimento da radiodifusão. Num desses artigos²¹³ podia ler-se que Henrique Galvão justificava a ausência do teatro na EN com a falta de condições dos textos dramáticos apresentados à estação. Pouco depois²¹⁴, Galvão anunciava para o ano de 1938 o início do teatro na EN, razão pela qual, a estação iria assinar contratos com todas as empresas lisboetas do ramo.

Nos ouvintes, crescia a sedução pelas vozes. O auditório começava a ter vontade de conhecer quem estava do outro lado do microfone. Os locutores ganhavam notoriedade. De tal forma que começavam a fazer as primeiras páginas da imprensa especializada²¹⁵.

Ao ouvinte, a emissão em OM não chegava, por vezes, nas melhores condições. É perante isso que, em 1938, o Governo tenta ordenar o funcionamento dos postos particulares. O Decreto-Lei n.º 28.508²¹⁶ vem estabelecer normas que devem reger o funcionamento técnico das emissoras, para que se melhorem as condições de escuta, quer eliminando as frequentes interferências provocadas pelos postos particulares, quer regulando a qualidade de reprodução.

À semelhança do que já acontecia em países como a Itália ou a Inglaterra, o futebol entra na rádio, ainda em 1938. A EN começa a transmitir jogos de futebol aos domingos à tarde. A novidade era tal que, nos primeiros tempos, a Federação Portuguesa de Foot-Ball se sentiu ameaçada. A transmissão de um Sporting-Benfica, foi proibida com receio de que a emissão pudesse influenciar negativamente os resultados da bilheteira. O caso foi o ponto de partida para vários textos escritos na *Radio-Semanal* a partir de 22 de janeiro de 1938. A proibição da Federação iria manter-se até à intervenção do Governo, em 1940.

²¹¹ Defendendo o equilíbrio dos conteúdos, Carlos Rodrigo descrevia na *Radio-Semanal*, de 7 de agosto de 1937 (p. 15): “dois pólos nas discussões sobre programas: música clássica; o fado. Na primeira inclui o vulgo toda a música que o massa; no segundo as pessoas «finas» metem apenas o arrastado, o sonolento, o pouco educado fado de Lisboa”.

²¹² A partir de 1 de janeiro de 1938, a EN passaria a contar com nove agrupamentos: a Grande Orquestra Sinfónica, a Orquestra Genérica, a Orquestra Popular, a Orquestra de Câmara, a Orquestra de Salão, os Sextetos A e B, um Quarteto e um Trio (cf. *Rádio Semanal*, de 15 de janeiro de 1938, p. 3).

²¹³ Cf. *Radio-Semanal*, de 18 de setembro de 1937, primeira página.

²¹⁴ Cf. *Radio Semanal*, de 6 novembro, p. 17.

²¹⁵ Na primeira página da *Radio-Semanal*, de 3 de julho de 1937, destacava-se, com uma fotografia e um pequeno texto, a “voz de oiro” de Maria de Rezende, uma das vozes da EN. Na primeira página da edição de 14 agosto do mesmo ano, era dado igual destaque ao novo locutor da EN, Olavo de Eça Leal. Este viria a tornar-se muito notado nos anos seguintes. Os “Diálogos” de Olavo de Eça Leal serão recordados (Maia, 1995) como um marco na história da rádio em Portugal.

²¹⁶ Decreto-Lei n.º 28.508, de 3 de março.

Ainda em 1938, a EN envia, pela primeira vez, um repórter ao estrangeiro para acompanhar um evento desportivo. Tratou-se do relato dos jogos entre de Portugal frente à Alemanha e à Suíça²¹⁷.

As eleições para a Assembleia Nacional decorrem no final de outubro de 1938. Nos programas da EN, todo o mês havia sido de incitamento ao voto, de acordo com um espírito de exaltação do chefe do Governo que, aliás, se tornaria na marca da estação (Ribeiro, 2005). Aos microfones da emissora oficial, Salazar iria, depois da eleição, afirmar a vontade de manter a neutralidade do país, face a um possível conflito internacional (Nunes, 1997). São os primeiros anos da longa e inequívoca subordinação da EN ao Governo e aos seus pilares ideológicos, como explica Ribeiro:

“o ideário do Estado Novo esteve, desde sempre, bem presente nas emissões da Emissora Nacional, quer através de palestras, quer através de transmissões do exterior que assinalavam momentos emblemáticos do regime” (2005:182).

É dessa forma que têm de ser contextualizadas as transmissões de alguns dos principais acontecimentos que marcaram a atualidade até final da década, como a antevisão da Exposição do Mundo Português. Na população, o fascínio era cada vez maior. Entre 1933 e 1939, o número de ouvintes passaria de 15973 para 89300²¹⁸.

V.4 | A DÉCADA DE 40: A SEDIMENTAÇÃO

V.4.1 | OS EFEITOS DA GUERRA

Terminada a Guerra Civil de Espanha, Franco estrutura um regime totalitário de direita em Espanha. A Segunda Guerra Mundial está a começar, em 1939. Face ao desenvolvimento do conflito e à forma como Salazar gere a neutralidade do país, em meados de 1940, Portugal passa a ser considerado pela Grã-Bretanha como neutro adjacente ao território inimigo, como explica Rosas:

“até aos acordos de Novembro de 1942, inaugura-se um longo e difícil período, em que os efeitos da guerra se vão fazer sentir dura e prolongadamente sobre o

²¹⁷ Motivo de regozijo na *Radio Semanal*, de 30 de abril de 1938 (p. 2), e oportunidade para pressionar a “Federação Portuguesa de Foot-Ball” por causa das limitações impostas nesta altura à transmissão dos relatos.

²¹⁸ Números oficiais referidos no preâmbulo do Decreto-Lei n.º 30.752, de 14 de setembro de 1940.

conjunto da vida económica e social e no qual as relações luso-britânicas vão conhecer uma fase de inusitada tensão, sem dúvida o seu período mais delicado do conjunto da guerra” (Rosas, 1994: 309).

Era um período duro. Aos microfones da EN eram lançadas mensagens de conformismo, incentivando a manutenção da ordem e a crença nos pilares da nação como únicas formas de ultrapassar as dificuldades que o país atravessava (Ribeiro, 2005). Saint-Exupéry passa por Portugal no final de 1940 e a sua descrição da capital é a de um lugar triste:

“Em parte, o clima de tristeza devia-o Lisboa à presença de certos refugiados. Não me refiro a proscritos em busca de asilo. Não falo de imigrantes à procura de uma terra a fecundar com o seu trabalho. Falo dos que se expatriam para longe da miséria dos seus a fim de manter o dinheiro a bom recato” (1990: 153, 154).

Mas, apesar da tristeza de Saint-Exupéry, Lisboa tem uma dinâmica enquanto ponto de passagem, que resulta da importância estratégica da sua situação geográfica. Isso deixa marcas no quotidiano, como explica Dacosta:

“a alteração dos costumes, influenciados pelos estrangeiros em trânsito, provoca escândalos na pequena burguesia que abre a boca de espanto com os seus decotes, fatos de banho, danças, liberdades, amores, caprichos” (Dacosta, 1997: 135).

Também devido à posição geográfica do país, Portugal era alvo de um esforço de propaganda de ambos os lados da contenda. Segundo Ribeiro (2005), houve trocas de visitas entre membros da EN, do SPN e da rádio alemã.

O serviço em língua portuguesa da emissora de Berlim chegava à metrópole e às colónias²¹⁹. Mas, apesar da intensidade da propaganda nazi, a BBC também chegava em boas condições a Portugal e o seu impacto era considerável²²⁰.

²¹⁹ Podia ler-se num anúncio colocado na *Rádio Nacional*, de 22 de setembro de 1940 (p. 6): “A Alemanha fala! As estações alemãs de ondas curtas transmitem as suas notícias radiofónicas em língua portuguesa diariamente das 18,45 às 19 e das 21.45 às 22 horas pelos postos (...). atualidades em língua portuguesa são transmitidas todos os dias úteis (...)”. Em 1943, Goebbels tinha à sua disposição 130 emissoras, contando as alemãs e as dos países ocupados, com propaganda em 53 idiomas (Herreros, 1995).

Durante o conflito, a EN seguiu as orientações do Estado, como é referido por Ribeiro:

“a linha editorial da Emissora Nacional seguiu em primeiro lugar o princípio da neutralidade, por diversas vezes reafirmado pelos responsáveis da estação e pelo próprio Governo. Tal como na imprensa, a elite que produzia a informação da estação oficial tinha uma maior simpatia pelos Aliados do que pelas potências do Eixo. (...) Ainda assim, e tal como veio a suceder na imprensa, após a abertura da frente de leste, a Emissora Nacional passou a dar uma maior atenção à Alemanha, levando a que, de acordo com o Adido de Imprensa britânico, as notícias inglesas apenas ocupassem 50% do tempo total de emissão nas várias edições do ‘Diário da Emissora Nacional’” (2005:234-235).

A rádio é uma arma. E isso é reconhecido em ambos os lados da contenda. No entanto, havia uma diferença crucial, como explica Herreros (1995): os aliados, sobretudo através da BBC, eram capazes de narrar vitórias e derrotas, o que reforçava a confiança dos ouvintes nas informações que lhes chegavam.

Na Emissora, esta apertada conjuntura sente-se com particular intensidade. Em 1942, o diretor técnico da estação, Manuel Bivar²²¹, enquanto enaltecia o mérito de ultrapassar as dificuldades, pedia compreensão ao público pelo provável aumento de avarias na emissão, devido à escassez de peças.

V.4.2 | A ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

Terminado o período experimental e os primeiros anos de emissões regulares, tem início, em 1940, a terceira fase da estação oficial, com a publicação da primeira Lei Orgânica da EN. O Decreto-Lei n.º 30.752, de 14 de setembro²²², veio atualizar o regulamento das instalações radioelétricas. O decreto assumia o carácter experimental da legislação da primeira metade da década de 30. Traçava o percurso

²²⁰ No jornal *Rádio Nacional*, de 2 de maio de 1941 (p. 4), podia ler-se que “a Inglaterra começou a falar para o mundo com redobrado vigor ao serem aumentados os serviços regulares dos programas da B.B.C. A Grã-Bretanha, agora, emite noticiários, comentários, conferências e outros assuntos de interesse, num total de 54 horas por dia, em 32 línguas estrangeiras, fazendo duas ou mais transmissões simultâneas em diferentes comprimentos de onda. Há dois serviços europeus. Um deles compreende 20 horas diárias em alemão, francês e em todas as línguas da Europa Central, ao passo que o outro que compreende 5 horas diárias é destinado a Portugal, Espanha (...). O horário dos noticiários, em língua portuguesa, transmitidos pelas estações emissoras da B.B.C. passou a ser o seguinte (...).

²²¹ Cf. *Rádio Nacional*, de 11 de janeiro de 1942, p. 5.

²²² Veio substituir o Decreto-lei n.º 22.784. Seria, depois, alterado pelos Decretos n.º 30.835, de 31 de outubro de 1940 e n.º 32.050, de 28 de maio de 1942.

da EN, desde a instalação do emissor de OM de 20 kw, cinco anos antes: identificava as fases de experimentação e especialização, e referia a necessidade de organizar e desenvolver um Plano Nacional de Radiodifusão (PNR).

A receção na metrópole e nas colónias não era eficaz, nesta altura. E a EN era apresentada como o instrumento ideal para fazer chegar a propaganda de Portugal a todos os pontos do Império. Porém, os meios disponíveis, eram, ainda, escassos. A EN tinha um emissor de OM de 20 kw e um de OC de 10 kw que, tal como o seu antecessor, era de construção caseira. O PNR tinha o objetivo de melhorar estas condições, com a instalação de um novo emissor nacional de 50 kw, um emissor imperial de 40 kw de OC, um emissor regional no Porto e outro em Coimbra, para retransmissão²²³. O PNR seria financiado pelas receitas da taxa de radiodifusão (fixada em 72\$00 por ano)²²⁴ e pela possibilidade que a EN passava a ter de obter crédito²²⁵.

Em 1949, a EN tinha já 600 funcionários, excluindo os colaboradores. Quando começou, cerca de 15 anos antes, tinha somente 30²²⁶. Internamente, a orgânica da estação refletia o seu crescimento. A EN ficava agora dividida em Serviços de Produção, Serviços Técnicos e Serviços Administrativos. A EN passava a ter a seu cargo a cobrança da taxa, que transitava da alçada dos CTT, e ganhava autonomia administrativa e financeira. A receita da taxa cobrada na metrópole revertia inteiramente para a EN, assim como metade do produto da que fosse cobrada nas colónias. O diploma estabelecia ainda a orgânica e o funcionamento interno ao nível dos funcionários e dos dirigentes, assim como o processo de abandono da alçada dos CTT²²⁷. Com este plano, e apesar das dificuldades económicas que atravessava, a EN passava, também, a ter nos seus estúdios material mais moderno, nomeadamente no que diz respeito à aparelhagem de gravação, microfones e material auxiliar²²⁸.

²²³ Os dois emissores regionais estavam já em funcionamento regular desde agosto de 1940. No Porto, durante duas horas era transmitido um programa próprio. O de Coimbra (com 250 watts de potência) apenas retransmitia o programa nacional (cf. *Rádio Nacional*, 18 de agosto de 1940, p. 4).

²²⁴ Em 1937 apenas não existia imposto radiofónico na Holanda, Grécia, Luxemburgo e Albânia (cf. *Radio-Semanal*, de 13 de novembro de 1937, pp. 16-17).

²²⁵ O decreto autorizava, de imediato, o Governo a contrair um primeiro empréstimo destinado à fase inicial do PNR, no total de 12 mil contos.

²²⁶ Cf. *Rádio Nacional*, de 30 de julho de 1949, pp. 12-13.

²²⁷ Do texto e articulado do Decreto-Lei n.º 30.752 deve realçar-se a assunção da EN como instrumento político: "em verdade, os serviços da Emissora Nacional, como agentes de expansão da cultura e da espiritualidade portuguesas e como instrumento político, estendendo a sua ação às colónias e aos núcleos de nacionais nos diferentes países, fizeram sentir a necessidade de dar aos serviços de radiodifusão nacional uma estrutura com carácter definitivo e de integrá-los, sem quebra da sua especialidade, na orgânica geral dos serviços do Estado. (...) No período de 1933 a 1939 o aumento dos rádioouvintes foi portanto de 73:327, o que dá a média anual de 12:221 e a mensal de 1:018. 3. Estes números mostram ainda a conveniência de, quanto antes, favorecer a inscrição de novos subscritores, pela execução de um plano que, melhorando as condições gerais de receção radiofónica em todo o País, e nas colónias, crie o sentido da necessidade deste instrumento de cultura entre uma massa maior da população portuguesa."

²²⁸ Cf. *Rádio Nacional*, de 29 de setembro de 1940, p. 3.

V.4.3 | UM PODEROSO INSTRUMENTO DE PROPAGANDA

Portugal assinala em 1940 o ano da dupla comemoração centenária da Fundação e da Restauração da Independência. Foi uma enorme oportunidade para usar um acontecimento da história do país, ao serviço da divulgação dos pilares ideológicos do Governo. Na EN, o duplo centenário vinha já sendo alvo de intensa propaganda, sobretudo desde o ano anterior; e durante a sua realização, teve um enorme destaque na programação e na atividade da emissora²²⁹, apesar das conhecidas limitações técnicas (RDP, 1986; Ribeiro, 2005). O ano foi, pois, de sublimação dos valores nacionais. Outro exemplo dessa vocação da EN seria a extensa reportagem acerca da inauguração do Estádio Nacional, no Jamor, no dia 10 de junho de 1944, coincidindo com a Festa da Raça e de Camões (RDP, 1986).

Após a transformação da EN num organismo autónomo, Henrique Galvão abandona a direção da rádio e é substituído por Pires Cardoso, a quem caberia já o discurso de saudação do novo ano de 1941, enquanto presidente interino da EN. No entanto, Cardoso, não ficaria muito tempo à frente da emissora.

Culminando uma espera de vários anos e uma crescente aproximação verificada nos meses mais recentes entre o SPN e a EN (Ribeiro, 2005), António Ferro é nomeado para dirigir a estação oficial a 26 de maio de 1941. Ferro sabia do alcance da rádio e pretendia usá-la. No seu discurso de tomada de posse afirmou que a EN era “o mais poderoso instrumento de propaganda direta que existe no nosso País”²³⁰. O tempo que passa à frente da emissora

“viria a ficar marcado por uma maior instrumentalização da estação como meio de propaganda do Estado Novo, tendo sido introduzidas diversas alterações de fundo na programação. Os conteúdos emitidos foram considerados o mais importante por oposição à técnica” (Ribeiro, 2005:242).

Na primeira grelha de programas que apresentou, ainda em 1941, as alterações pretendiam aligeirar a programação, embora se mantivesse a preocupação cultural (Ribeiro, 2005). Aliás, Ferro acreditava na rádio risonha e bem-disposta²³¹. É ele que dá lugar ao teatro na rádio, quer sob a forma de revista, quer enquanto diálogos (Ribeiro, 2005). Em 1942, o novo mapa de programas mantinha a orientação, mas

²²⁹ Em carta publicada no jornal *Rádio Nacional*, de 7 de julho de 1940 (p. 4), um(a) ouvinte de Coimbra dirigia-se ao responsável da estação oficial: “Sr. Director da Emissora: As minhas felicitações pelas transmissões das festas centenárias. Quem não teve a felicidade de ir ao local das festas, assistiu em sua casa e melhor não tem a desejar. Bem hajam. A Emissora satisfaz, procura agradar e só não agradará aos descontentes, por profissão”.

²³⁰ Cf. *Rádio Nacional*, de 17 de novembro de 1956, p. 3.

²³¹ Cf. *Rádio Nacional*, de 17 de novembro de 1956, p. 3.

vinha aportar várias rubricas (nomeadamente as “Variedades”, que eram predominantemente compostas por criações estrangeiras)²³². Ferro pretendia que a programação fosse, cada vez mais, porta-voz da ideologia do regime.

Da sua ação deve destacar-se, também, a criação de um Gabinete de Estudos Musicais (que não descurava o folclore), bem como a instituição de dois concursos, um para solistas e outro para artistas ligeiros²³³. Ao Gabinete de Estudos Musicais competia, por exemplo, a encomenda de obras musicais²³⁴, em articulação com a Orquestra Sinfónica Nacional.

A programação da EN tem diversas âncoras que, ao longo da década se vão fixando. É em 1942 que começa a ser transmitida a “Festa Anual da Rádio”, que passaria a englobar o concurso Jogos Florais, agora num formato mais próximo do meio radiofónico (RDP, 1986; Ribeiro, 2005). Lá estão, também, as iniciativas de solidariedade²³⁵ ou as transmissões de Fátima. São também deste ano as transmissões das primeiras revistas radiofónicas (Maia, 1995) e o início das emissões do “Domingo Sonoro” (Ribeiro, 2005)²³⁶.

Desta década ficam ainda momentos como o início das emissões da Rádio Porto, em 1946, e a criação, em 1947, do Centro de Preparação de Artistas da Rádio, de onde saíam nomes importantes do espetáculo na época, como Simone de Oliveira, Madalena Iglésias ou Francisco José. O centro, cuja atividade se iniciou com o maestro Belo Marques e o professor Mota Ferreira, esteve aberto a maiores de 17 anos, permitindo-lhes, gratuitamente, desenvolver as suas capacidades, além de lhes proporcionar a inclusão nas emissões da própria estação²³⁷.

O Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo (SNI), que sucedeu ao SPN, passara, entretanto, a tutelar a EN em 1944, e a fiscalizar a própria radiodifusão privada²³⁸. Embora António Ferro já dirigisse os dois organismos nessa altura, passou a haver uma subordinação formal à estrutura do SNI.

A EN cresce, desenvolvendo um estilo hirto, ao serviço do Estado. Como explica Ribeiro, desde a sua inauguração, a estação oficial sempre esteve ao serviço do regime, como instrumento de divulgação e

²³² Cf. *Rádio Nacional*, de 31 de maio de 1942, p. 4.

²³³ Em 1943 principiam os concursos destinados a solistas portugueses (com prémios em cinco áreas: piano, violino, violoncelo, canto e instrumentos diversos) e a artistas ligeiros (cf. *Planos em curso de execução e perspectivas de ação futura* – documento interno da Administração associado ao plano de atividades da EN para 1954; arquivo da RTP). A primeira vencedora do concurso de artistas ligeiros foi Maria da Graça (RDP, 1986).

²³⁴ Cf. *Planos em curso de execução e perspectivas de ação futura* – documento interno da Administração associado ao plano de atividades da EN para 1954; arquivo da RTP.

²³⁵ Como é o caso do programa transmitido em 1941 sob o tema “Salvem as crianças vítimas da guerra” ou de uma “Hora de variedades” a favor dos parques infantis que foi transmitida a partir do Casino do Estoril (RDP, 1986).

²³⁶ O “Domingo Sonoro” surgiu a 7 de junho de 1942, após a primeira reformulação da programação feita por António Ferro; tratava-se de um magazine semanal transmitido na OM (Ribeiro, 2005).

²³⁷ Cf. *Boletim da Divisão de Programação da Emissora Nacional de Radiodifusão* relativo ao primeiro trimestre de 1970.

²³⁸ Cf. Decretos-Lei n.º 33.545, de 23 de fevereiro de 1944 e n.º 34.133, de 24 de novembro do mesmo ano.

exaltação do chefe de Estado, do país, da obra e do ideário do Estado Novo, pese embora o facto de a estação oficial nunca ter feito parte de uma política integrada de propaganda do regime (2005). Por outro lado, e segundo o mesmo autor, o desenvolvimento de um estilo de sobriedade e solenidade aliado à forte presença de conteúdos eruditos acabou por se tornar imagem de marca da EN (Ribeiro, 2005).

O final da década irá trazer uma nova fase à EN. Nove anos depois de ter chegado à direção da EN, Ferro partirá para a Suíça, para ocupar o cargo de Ministro de Portugal em Berna. Interinamente, Manuel Bivar fica à frente da emissora, logo no início de 1950²³⁹.

V.4.4 | A MELHORIA DA COBERTURA

Apesar das restrições causadas pela guerra, a EN continuava a crescer. Prosseguia o investimento na melhoria da cobertura do país. São adquiridas duas novas estações de 50 kw (uma de OC e outra de OM), que começam a ser montadas em Barcarena e em Castanheira do Ribatejo, ainda em 1941, o ano do ciclone²⁴⁰. Nesse ano, havia sido inaugurado, também, o Emissor Regional dos Açores²⁴¹. Em Castanheira do Ribatejo, é substituído, em 1945, o emissor que havia sido inaugurado em 1935²⁴². No Porto, a inauguração do Emissor Regional do Norte e dos estúdios da EN é feita em 1943.

Os investimentos são consideráveis, ao longo da década. Em 1948, a EN volta a ser autorizada a contrair um novo empréstimo no valor de quarenta mil contos para a instalação do Centro Emissor Ultramarino (CEU), que virá a incluir 22 antenas apontadas do Extremo Oriente à Terra Nova, dois emissores de 100 kw e o respectivo conjunto de edifícios²⁴³.

A década termina com o início experimental da atividade do emissor de Faro, em 1949. É o nono emissor da rede da estação oficial.

²³⁹ Cf. Edições da *Rádio Nacional*, entre 14 de janeiro e 4 de fevereiro de 1950.

²⁴⁰ Em fevereiro de 1941, Portugal é assolado por um violento ciclone. Os estragos são imensos em todo o país e a EN não é poupada. Manuel Bivar descreveu o acontecimento na imprensa: “as estradas e as vias férreas interrompidas, as comunicações telegráficas e telefónicas cortadas, só restando o recurso da rádio. Mas o ciclone também não poupou uma das tórris de antena do nosso emissor de Barcarena e este poderoso meio de comunicação não pode, de início, ser utilizado porque o acidente inutilizou totalmente o nosso sistema de irradiação. No entanto, 5 horas depois, dávamos a nossa emissão com uma antena improvisada e faziam-se os primeiros avisos ao país. Foi uma tarefa árdua, intensa, sem desfalecimentos em que todos puseram à prova o seu desejo de servir e a sua competência. (...) E todo este esforço passou despercebido ao público ouvinte, a não ser... que foram 5 horas de interrupção...”. (Cf. *Rádio Nacional*, de 11 de janeiro de 1942, p. 5).

²⁴¹ Inaugurado em 26 de maio de 1941.

²⁴² Cf. *Rádio Nacional*, de 21 de janeiro de 1945, pp. 8-9. Na cerimónia de inauguração o diretor técnico da EN, Manuel Bivar lembrou Duarte Pacheco, impulsor do Plano Nacional de Radiodifusão, que havia falecido em 1943 (cf. *Rádio Nacional*, de 18 de fevereiro de 1945, pp. 8-9).

²⁴³ Cf. Documento interno da Administração da EN de 1952, mas sem data precisa ou autor identificável; arquivo da RTP.

V.5 | A DÉCADA DE 50: A EXPANSÃO

V.5.1 | A MATURIDADE DA RÁDIO

O período em que o país entra, só por equívoco poderá ser confundido com estagnação. Como explica Rosas, é o início de uma profunda mudança:

“sob a carapaça do cinzentismo oficial, é a sucessão de Salazar que se começa, pela primeira vez a discutir seriamente. Era o princípio de um longo fim, que, curiosamente, terá como motor não tanto a ofensiva externa dos seus inimigos, mas a desagregação interna dos seus apoiantes: na situação, como na oposição, ao longo dos anos 50, é a ideia da transição, da evolução do regime, que polarizará todas as esperanças de mudança” (1994: 503).

A EN continuava como instrumento de união política, ao passo que, como já referimos (Kleinsteuber, 2011) muitas das suas congéneres europeias começam a implementar princípios democratizantes. O modelo português era o de uma rádio estatal, ao serviço do governo, e não o de uma rádio pública, ao serviço das pessoas.

Vive-se o período áureo da rádio, que ocupa o lugar central no lazer familiar. Nesta altura, os locutores mais populares são Artur Agostinho, João da Câmara ou Pedro Moutinho. Os artistas que travavam a luta pela vitória no Concurso de Popularidade Radiofónica promovido pela revista Rádio Nacional, durante o ano de 1950²⁴⁴, eram José António, Maria de Lourdes ou Amália Rodrigues.

A música tem um lugar central na rádio dos anos 50. Na EN, a Orquestra Sinfónica Nacional continuava em grande atividade²⁴⁵. Realizavam-se quatro recitais por semana. Mas havia uma grande diversidade de intervenientes ao vivo nas suas emissões. Os concertos de câmara da estação estavam a cargo de dois grupos: a Academia de Instrumentistas de Câmara e o Quinteto Nacional de Soprano. A música coral contava com as interpretações de grupos como as Pequenas Cantoras de Portugal, o Grupo Coral do Conservatório de Música do Porto, o Grupo Musical Feminino, o Grupo Vocal Feminino Harmonia, o Grupo Coral Aleluia, o Orfeão Scalabitano, ou o Orfeão de Leiria. No campo da música ligeira, a EN contava com as suas Orquestra Ligeira e Orquestra Típica Portuguesa, com o Coro Feminino e o Sexteto

²⁴⁴ Cf. *Rádio Nacional*, de 24 de junho de 1950, p. 3.

²⁴⁵ Cf. Documento interno dos Serviços de Produção, datado de 27 de novembro de 1952; arquivo da RTP.

Vocal Masculino, para além dos vários artistas ligeiros que iam passando pela estação. Nesta altura, o palco que a EN disponibilizava aos artistas ligeiros era sobretudo em programas ao vivo, como os "Passatempos Musicais", os "Serões para Soldados", os "Serões para Trabalhadores", o programa "Fados", ou o recente "Ouvindo as Estrelas". Assim espalha a EN a banda sonora do Portugal de Salazar. Por entre a cultura popular e as manifestações das tradições. A programação mantém as transmissões das marchas populares, ou da festa dos tabuleiros. Mas a rádio não estagna. Este é um momento de crescimento. Silva caracteriza esta época como sendo a do abandono da adolescência da rádio portuguesa (em parte, também, devido aos avanços técnicos):

“A rádio de 50 gira em torno da cultura popular, brejeira quanto baste, das manifestações culturais mais clássicas, dos eventos que promove e de que são prova disso os “Serões para Trabalhadores” e o “Ouvindo as Estrelas” na rádio oficial” (2001: 34-35).

Baseada no divertimento, a rádio tinha os concursos de artistas ligeiros, os programas de variedades, o teatro e os folhetins, pese embora a orientação de Eça de Queirós, o seu novo presidente, no sentido de vincar o carácter cultural da EN (Silva, 2001).

Esta é uma década de desenvolvimento técnico na rádio, de melhoria nos conteúdos e de verdadeira sedução do seu auditório. Mas os anos 50 são, também, o princípio do declínio da rádio enquanto centro do lazer familiar. A televisão está a chegar a Portugal e a presença do tema começa a notar-se nas páginas da imprensa²⁴⁶.

V.5.2 | DA TELEVISÃO À COBERTURA RADIOFÓNICA: O DESENVOLVIMENTO AO SERVIÇO DO ESTADO

Após a saída de Ferro do SNI, a direção do organismo fica interinamente a cargo de António Eça de Queirós²⁴⁷, que já era vice-diretor do Secretariado. Forte apoiante de Salazar, é ele que assume, desde janeiro de 1951, a direção da EN, onde ficará até 1959.

²⁴⁶ A primeira página da *Rádio Nacional*, de 7 de março de 1953 apresentava uma grande fotografia de Lima Basto, de partida para o estrangeiro, com o intuito de dar andamento à televisão portuguesa; em título podia ler-se “A primeira emissora de televisão vai ser instalada em Portugal pelo Rádio Clube Português”. E, de facto, não faltaria muito para que a televisão chegasse aos lares portugueses.

²⁴⁷ Queirós havia sido jornalista, escritor e tinha feito carreira no SNI (cf. *Rádio Nacional*, de 17 de fevereiro de 1951, primeira página).

É, precisamente, no início do ano de 1951 que são inauguradas, oficialmente, as emissões para Macau, Timor, Goa, Damão e Diu²⁴⁸. Alguns meses depois, morre o Marechal Carmona. É o dia 18 de abril de 1951. Ao meio-dia a EN dá a notícia ao país. Nos dias seguintes, reduz o seu período de emissão e acompanha as cerimónias fúnebres²⁴⁹.

O desenvolvimento da EN continua a bom ritmo e algumas das obras que estão em curso vão sendo concluídas. É o caso do novo edifício do Emissor Regional de Coimbra, que é entregue à EN em abril de 1952. A região passa, assim, a ser coberta por um emissor mais potente. Em Viseu começa também a montagem do emissor regional²⁵⁰. É nesta altura que todos os estúdios, tanto os da sede como os dos emissores regionais, são equipados com gravadores de fita. Manuel Bivar afirmava com orgulho que, com "os novos gravadores de fita magnética não é possível distinguir entre um programa gravado e um programa directo dos Estúdios"²⁵¹. A mudança trazida por esta tecnologia irá mudar muitas das rotinas da rádio.

Entretanto, o modelo do canal único tornava-se insuficiente, pelo que havia sido posto em prática o desdobramento de programas. O presidente da EN justificava o motivo dessa estratégia com a necessidade de satisfazer vários gostos:

“não conseguindo muitas vezes – ai de nós! – agradar a gregos e a troianos, pois o apaixonado da música de Beethoven ou de Wagner insurgia-se contra as guitarradas que se seguiam à audição das mais belas páginas da literatura sinfónica (...). Verificou-se naturalmente a insuficiência do programa único. Daí nasceu a ideia do desdobramento da emissão, organizando-se simultaneamente programas sérios e ligeiros – passe a expressão – para que, à mesma hora, se pudesse ouvir, por exemplo, a Amália Rodrigues ou música de câmara. Era só uma questão de escolher entre Lisboa I e Lisboa II”²⁵².

Assim, em 1952, a EN assegurava dois serviços, o Metropolitano e o Ultramarino. Para a metrópole estavam em funcionamento os emissores de Lisboa 1 (Castanheira do Ribatejo) e Lisboa 2 (Barcarena);

²⁴⁸ Cf. *Rádio Nacional*, de 6 de janeiro de 1951 (p. 16). Nesta altura, a emissão em OC da EN chegava (entre a 1 e as 3 horas) à América do Norte, (entre as 12 e as 14 horas) a Timor, (entre as 15.45 e as 18 horas) a Macau, Goa, Damão e Diu, (entre as 18.30 e as 21.30 horas) a São Tomé e Príncipe, Angola e Moçambique e (entre as 22 e as 00.30 horas) a Cabo Verde, Guiné e Brasil (cf. *Rádio Nacional*, de 2 de agosto de 1952, p. 9).

²⁴⁹ Cf. *Rádio Nacional*, de 21 e 28 de abril de 1951, p.1.

²⁵⁰ Cf. *Rádio Nacional*, de 30 de agosto de 1952, p. 1.

²⁵¹ Cf. *Rádio Nacional*, de 2 de agosto de 1952, p. 3.

²⁵² Cf. *Rádio Nacional*, de 2 de agosto de 1952, p. 4.

Porto (Azurara), Coimbra, Faro e Ponta Delgada. O alargamento a outras cidades estava ainda a ser desenvolvido.

A diáspora portuguesa fez com que o nosso país cedo apontasse a rádio para lá das suas fronteiras. A primeira rádio a fazê-lo havia sido a Rádio Colonial que, em 1929, transmitia para o Brasil e para as colónias portuguesas. A EN, já tinha começado a transmitir a partir do seu Centro Emissor Imperial, em Barcarena, com os seus pequenos emissores caseiros. No entanto, a estação oficial queria desenvolver estas emissões e melhorar as condições do centro de emissão. O objetivo era levar e reforçar o espírito do regime além da metrópole²⁵³. Num terreno em Pegões (S. Gabriel) têm, pois, início as obras dos edifícios que irão receber os primeiros dois grandes emissores ultramarinos de 100 kw do Centro Emissor Ultramarino (CEU). O CEU será inaugurado em março de 1954²⁵⁴, mas não como estava inicialmente previsto. A inauguração é antecipada devido ao agravamento da situação na Índia. Estava a ser um ano particularmente atribulado para a política imperialista de Salazar, devido à pressão da União Indiana e à ofensiva sobre os territórios portugueses. Os enclaves de Dadrá e Nagar Aveli são ocupados, em 1954, após o que é apressadamente inaugurado o serviço em inglês para o sudoeste da Ásia (RDP, 1986). António Eça de Queirós explicava com clareza o papel da emissora oficial do Estado neste momento. O objetivo é tentar segurar as colónias que ainda se mantinham portuguesas:

“longe estão Goa, Damão e Diu da metrópole, urgia aproximá-las (...). Um único meio existia para tal se conseguir: a E.N.. E, porém, o Centro Emissor Ultramarino de S. Gabriel não estava totalmente equipado, o pessoal era insuficiente, ninguém previa a grande necessidade que ia nascer, mas, em horas, o Governo prestou à E.N. todo o auxílio possível, e esta, fazendo muito de bem pouco, pôde corresponder, não sem duros sacrifícios (...). O resultado deste esforço desconhecido esteve à vista de todos os portugueses: o período de emissão destinado à Índia foi constantemente aumentado e orientado no sentido de

²⁵³ Nesta altura, a situação da EN era particular: “a E.N. é o organismo de radiodifusão nacional de maior expansão no Mundo, visto que emitindo apenas num idioma nacional, cobre distâncias enormes. Com efeito, a E.N. não faz quaisquer emissões de propaganda para o estrangeiro. O nosso conceito de propaganda pressupõe o acordo do país receptor e nessa ordem de ideias, o Serviço de Intercâmbio da E.N. remete gravações de programas de música portuguesa às emissoras amigas, que as emitem nas suas emissoras nacionais de onda média, com muito mais eficiência” (cf. documento interno da Administração da EN de 1952, sem data precisa ou autor identificável; arquivo da RTP); o mesmo documento referia a necessidade de, após a entrada em funcionamento do CEU, promover a transmissão para fora da metrópole de conteúdos (particularmente informativos) em inglês, francês e espanhol.

²⁵⁴ Cf. *Rádio Nacional*, de 21 de novembro de 1953, pp. 1 e 5. Note-se que a intenção inicial da EN era de, durante 1955, inaugurar o Centro Emissor Ultramarino com um aumento das transmissões em inglês, francês, espanhol e alemão. No entanto, a concentração de esforços nas emissões para a Índia impediu esse objetivo de ser cumprido (cf. *Rádio Nacional*, de 31 de dezembro de 1955, p. 3).

manter um completo esclarecimento dos direitos de Portugal, e das magníficas reacções que se deram na metrópole e na Índia”²⁵⁵.

Nesta época, como já referimos, o investimento nas emissões internacionais era uma das marcas mais relevantes dos serviços públicos ou estatais de radiodifusão na Europa (Kleinsteuber, 2011). Em Portugal, o CEU tinha um início atribulado. Mas assumia-se como um dos braços da luta portuguesa, como explicava António Eça de Queirós:

“Formou-se então na E.N. um núcleo de homens portugueses da nossa Índia que auxiliados por uma equipa de língua inglesa e concani, contra-ataca cada dia, e denuncia as insidias, as violências da União Indiana, refuta a palavra hipócrita dum homem que se destrói a si próprio na mentira – o Pandita Nehru”²⁵⁶.

Com a entrada em funcionamento do CEU, tornou-se óbvia a necessidade de criar novas condições para a produção das emissões para fora da metrópole. Uma vez que a sede da EN não tinha condições, foram criadas, em 1957, novas instalações para os estúdios de OC e para a programação ultramarina, num edifício construído na Rua de S. Marçal, em Lisboa²⁵⁷. A inauguração do serviço seria antecipada, tal como havia sucedido com o emissor de S. Gabriel, para que as instalações pudessem servir aos funcionários da BBC que acompanhavam a visita de Isabel II a Portugal (Silva, 2001).

Não há, de facto, alterações, durante a década de 50, na forma como a EN continua ao serviço do regime, quer exaltando o líder, quer divulgando os valores do Estado Novo.

As noites de sábado passaram, em abril de 1952, a incluir um espaço de comentário político da responsabilidade de Ramiro Valadão, chefe dos Serviços de Imprensa da União Nacional²⁵⁸. No ano seguinte, aquando dos 25 anos da entrada de Oliveira Salazar para o Governo, a EN transmitiu os principais momentos das comemorações nacionais e diversos programas especiais. A EN, como

“porta-voz da Nação, colaborou patrioticamente nas celebrações do 25º aniversário (...), acelerando algumas das suas realizações em curso, de forma a poder assegurar maior eficiência á sua ação e levar assim o relato dos mais

²⁵⁵ Cf. *Rádio Nacional*, de 8 de janeiro de 1955, p. 8.

²⁵⁶ Cf. *Rádio Nacional*, de 31 de dezembro de 1955, p. 8.

²⁵⁷ Cf. *Rádio e Televisão*, de 2 de março de 1957, pp. 3-4.

²⁵⁸ Cf. *Rádio Nacional*, de 26 de abril de 1952, primeira página.

importantes actos comemorativos a todas as províncias do continente e do ultramar e ainda aos principais núcleos de portugueses dispersos pelo Mundo. Para esse efeito, aprontou o Emissor Regional da Guarda e pôs em funcionamento, em regime experimental, o emissor do Porto, de 10 KWS; quanto ao serviço ultramarino, aprontou igualmente os dois emissores de 100 KWS, do novo Centro Emissor Ultramarino de S. Gabriel, que funcionaram também em regime experimental. Desta forma, (...), elaborou-se a mais larga cadeia de retransmissão que até hoje se tem realizado em território português²⁵⁹.

Um ano depois, é inaugurado o já referido Emissor Regional do Norte de 10kw, em Azurara (juntando-se ao de 1 kw já existente e permitindo uma mais eficaz cobertura de toda a região norte). Costa Leite, o Ministro da Presidência, lembrava no ato inaugural do novo emissor que a

"rede nacional de radiodifusão é uma expressão e um instrumento daquele sentimento de unidade entre todos os portugueses que Salazar, há mais de um quarto de século vem reconstruindo depois de ter salvo o País de derrocada iminente. Representa ainda, pela importância e valor das suas instalações, um fruto do ressurgimento económico e financeiro que sob a sua direcção se operou. (...) fazemos votos que ele [o emissor] corresponda, nos serviços prestado, ao alto pensamento que preside á Revolução Nacional"²⁶⁰.

Assim cresce a EN nos anos 50, sempre com a divulgação do ideário do Estado como motivo: apetrecha-se tecnicamente, inaugura novas instalações, expande a rede de emissores regionais²⁶¹, transmite dois programas nacionais e aumenta as emissões para fora da metrópole.

No final da década, estarão já em funcionamento outros postos regionais, entretanto construídos: Guarda, Covilhã e Viseu²⁶². A emissora tenta cobrir todo o país. Em 1959, emitiam-se, em média, 15 mil

²⁵⁹ Cf. *Rádio Nacional*, 2 de maio de 1953, primeira página.

²⁶⁰ Cf. *Rádio Nacional*, de 2 de outubro de 1954, pp. 1 e 16.

²⁶¹ Além dos já referidos, em 1955 é anunciada a construção de estações regionais em Faro, Vila Real, Viseu, Covilhã, Funchal e Angra do Heroísmo, além de postos retransmissores locais em Castelo Branco, Portalegre e Elvas (cf. *Rádio Nacional*, de 2 de agosto de 1952, p. 3.)

²⁶² O estudo para uma eficaz cobertura da Beira Baixa, Beira Alta e Trás-os-Montes havia-se iniciado em 1956. Cf. *Relatório do Gabinete de Estudos e Ensaios* datado de 19 de abril de 1956; arquivo da RTP.

licenças mensais para novos recetores²⁶³. E a estação crescia da mesma forma, ao nível dos recursos humanos, no final da década, a EN haveria de chegar a ter já 1200 funcionários²⁶⁴.

Os anos 50 são, também, anos de importantes mudanças para a rádio. A primeira é de natureza técnica. A EN debatia-se, nesta altura, com uma situação crítica ao nível da qualidade de audição, sobretudo à noite, o que era característico da tecnologia usada. A potência dos emissores de OC de Lisboa I e II seria, em breve, aumentada para 135 kw²⁶⁵, o Porto passaria a ter dois emissores de 50 kw, e estavam a ser instalados pequenos emissores regionais. Além disso, a crescente oferta no mercado de recetores com antenas orientáveis também permitia uma melhoria na receção. Porém, todas estas soluções nunca seriam plenamente capazes de resolver o problema. Foi, pois, a partir desta situação, e seguindo uma tendência europeia, que a EN se lançou na radiodifusão em FM²⁶⁶. Um estudo²⁶⁷ feito pela emissora portuguesa baseava-se na experiência alemã que, após a guerra (tinha as suas frequências em utilização pelas potências ocupantes e que, por isso), apostou na FM²⁶⁸. Esse mesmo relatório identificava a potencial boa resposta do mercado e as vantagens da transmissão em FM: finalmente poderiam ser cobertas zonas que, até então, dificilmente o seriam e a qualidade dos programas poderia ser mantida de dia e de noite, não se tratando de um investimento mais oneroso.

Foi, pois, em 1955 que a EN instalou os dois primeiros emissores de modulação de frequência²⁶⁹ (FM), no Porto e em Lisboa. O plano da emissora previa a instalação a breve trecho de um segundo na capital, um na Lousã e um outro em Fóia²⁷⁰. Naturalmente, que para tirar partido da transmissão em FM, havia a necessidade de melhorar os estúdios e centros de regência, processo que, em 1956, estava já concluído pela EN. Foi o momento do abandono dos discos de 78 rotações nos seus programas.

²⁶³ Cf. *Rádio Nacional*, de 30 de maio de 1959, primeira página.

²⁶⁴ Cf. *Rádio Nacional*, de 30 de maio de 1959, primeira página. Note-se ainda que, já em 1952, o número de funcionários do Quadro Eventual (onde eram criadas categorias que não existiam na emissora) era superior ao do Quadro Permanente, pelo que a administração assumia a necessidade urgente de rever o seu quadro de funcionários (cf. Documento da administração de 1952, sem data precisa nem autor identificado; arquivo da RTP).

²⁶⁵ A inauguração seria feita em 1957.

²⁶⁶ Cf. *Relatório "Radiodifusão em Ondas Métricas por Modulação de Frequência"*, de 11 de abril de 1956; arquivo da RTP. A FM resulta de um de modulação da frequência da onda e não da modulação da sua amplitude, ao contrário do que acontece com a OM, por exemplo. As ondas de amplitude modulada estão mais sujeitas a interferências, nomeadamente os estalidos e as crepitações provocados pela ligação de aparelhos eléctricos domésticos ou mesmo fenómenos naturais como trovoadas. O FM corta essas interferências e permite uma melhor qualidade de receção (daí o seu natural apelo, à época, para pessoas que cultivavam o prazer audiófilo), mas os emissores têm um alcance menor.

²⁶⁷ Cf. *Relatório "Radiodifusão em Ondas Métricas por Modulação de Frequência"*, de 11 de abril de 1956; arquivo da RTP.

²⁶⁸ Com efeito, em 1956, a Alemanha Ocidental tinha 144 estações de radiodifusão em FM a funcionar em pleno ou para breve; na Grã Bretanha havia apenas três em funcionamento e 27 previstas; a França tinha três, a Itália 31 e a Suécia apenas uma.

²⁶⁹ Cf. *Rádio Nacional*, de 31 de dezembro de 1955, p. 8.

²⁷⁰ *Relatório "Radiodifusão em Ondas Métricas por Modulação de Frequência"*, de 11 de abril de 1956; arquivo da RTP.

Entretanto, em cima da mesa da direção da EN estavam, nesta altura, dois projetos: a televisão e uma nova casa da rádio²⁷¹. Enquanto o segundo não saíria do papel tão cedo, a televisão avançava rapidamente. Já em 1953, a EN tinha, no seu orçamento, uma verba para estudos com a televisão²⁷². Havia um claro entusiasmo em relação a esse novo meio. Eça de Queirós previa que a televisão estivesse a funcionar ainda em 1955²⁷³, o que acabou por não acontecer. Mas a 15 de dezembro seria constituída a Sociedade Radiotelevisão Portuguesa, com um capital de 60 mil contos, tripartido entre as estações de rádio particulares, o Estado e o público²⁷⁴. Depois de um primeiro período experimental na Feira Popular de Lisboa, entre 4 e 30 de setembro de 1956, a Radiotelevisão Portuguesa (RTP) iniciou as suas emissões regulares em 7 de março de 1957. Uma das vedetas das primeiras imagens foi o locutor da EN, Raul Feio. A RTP nascia de uma costela da EN. Não só parte dos funcionários iniciais da televisão provinham da EN²⁷⁵ (e de outras empresas, ou organismos, como os CTT, a Rádio Marconi ou a RARET), como, nos seus primeiros tempos, a RTP funcionava em instalações da emissora de rádio estatal (Teves, 2007).

Crescia o número de ouvintes (90 mil novos inscritos só em 1953²⁷⁶) e na EN havia vontade de conhecer melhor esse auditório. Nesse ano a estação realizou um inquérito radiofónico²⁷⁷ com o qual pretendeu conhecer melhor os hábitos de audição dos ouvintes em Lisboa e preparar terreno para pesquisas futuras. As conclusões do inquérito são particularmente interessantes para o estabelecimento de uma caracterização da escuta da rádio nos anos 50. O domingo era o dia em que se ouvia mais rádio, sobretudo entre as 15.00 e as 17.00 horas (hora dos relatos de futebol). Durante a semana, a audição era, sobretudo, noturna: o pico situava-se entre as 21.00 e as 22.00 horas. Durante a semana, a EN era a estação mais ouvida. Claro que estes hábitos de audição teriam os dias contados, com o aparecimento da televisão e o desenvolvimento da sociedade de consumo²⁷⁸.

A função da EN enquanto longo braço do poder continuava além fronteiras. Depois da Índia, a outros fogos havia que acorrer. Ainda em 1959 é enviada uma missão a África para tentar encontrar soluções para os “noticiários de carácter nitidamente tendencioso em língua portuguesa, transmitidos por Rádio

²⁷¹ Cf. *Planos em curso de execução e perspectivas de ação futura* – documento interno da Administração associado ao plano de atividades da EN para 1954; arquivo da RTP.

²⁷² Cf. *Rádio Nacional*, de 26 de setembro de 1953, primeira página.

²⁷³ Cf. *Rádio Nacional*, de 8 de janeiro de 1955, pp. 1, 8 e 9.

²⁷⁴ Cf. *Rádio Nacional*, de 24 de dezembro de 1955, primeira página.

²⁷⁵ Raul Feio, Lança Moreira e Jorge Alves foram os primeiros locutores da rádio a ir para a RTP (cf. *Rádio e Televisão*, de 8 de setembro de 1956).

²⁷⁶ Cf. *Rádio e Televisão*, de 5 de dezembro de 1959, p. 3.

²⁷⁷ É, de acordo com Maia (1995), o segundo inquérito feito pela emissora, depois de, em 1951, ter realizado uma pesquisa semelhante; voltaria a fazer uma pesquisa em 1965, desta feita, a nível nacional. A rádio pública só teria no seu seio um serviço de pesquisa de audiência em 1976; a BBC tinha sido pioneira, 40 anos antes (Midões, 1986).

²⁷⁸ Cf. *Relatório do Inquérito Radiofónico*, realizado em Lisboa de 20 de novembro a 17 de dezembro de 1953; arquivo da RTP.

Brazzaville que têm largos auditórios em Angola e Moçambique²⁷⁹, e que seriam, também, ouvidos pelos portugueses do Congo Belga. O relatório desta missão referia que o carácter

“sistematicamente desagradável [dos noticiários] para o País, seus dirigentes e suas instituições, torna-os absolutamente inconvenientes e altamente nocivos, demonstrando tratar-se de um acto hostil praticado ostensivamente pela França contra Portugal. Verificou-se que, na sua grande maioria, para não dizer na totalidade, as notícias são textualmente da France Presse”²⁸⁰.

Nesta altura, em Angola, existiam cerca de uma quinzena de postos particulares de radiodifusão, além da Emissora Oficial de Angola, que se ouvia bem na capital, mas cuja qualidade era sofrível no resto do país. O panorama era tido como amador e de fraca qualidade técnica. Regularmente, havia transmissões de programas da EN que chegavam às rádios através de gravações em fita magnética. Mas os noticiários, que eram os das agências de notícias nacionais, não despertavam o mesmo interesse que os da rádio de Brazzaville. Na verdade a EN (que não se ouvia com a mesma qualidade em todo o território angolano) só suplantava a sua concorrente no campo dos relatos desportivos, o que, aliás, era tido como uma potencial arma de contraprogramação. Perante este panorama, o relatório defendia que havia que reforçar os noticiários para as províncias ultramarinas. Porém, deveriam ser consideradas a realização de diligências diplomáticas e pressões contra os representantes da France Presse em Portugal, assim como as hipóteses de neutralização das emissões²⁸¹ com interferências a partir de Lisboa e de desenvolvimento de uma organização particular de cobertura radiofónica que abarcasse toda a província²⁸².

V.5.3 | A LEI ORGÂNICA

Como já vimos, o investimento da EN é enorme. O PNR vai sendo posto em prática e, em 1957, implica já um investimento de cem mil contos. O número de emissores em funções na metrópole é já de 26. E a potência nominal disponível nesta altura é de 800 kw, o que é quase seis vezes superior ao que existia dez anos antes. Durante esse período, o número de horas de emissão para a metrópole e para o

²⁷⁹ Cf. *Relatório da missão*, de 9 de agosto de 1959; arquivo da RTP.

²⁸⁰ Cf. *Relatório da missão*, de 9 de agosto de 1959; arquivo da RTP.

²⁸¹ As emissões da Rádio Cairo e da Rádio África Livre, apesar de feitas em línguas nativas, foram neutralizadas com o recurso a interferências provocadas pelos CTT de Moçambique (cf. *Relatório da missão*, de 9 de agosto de 1959; arquivo da RTP).

²⁸² Cf. *Relatório da missão*, de 9 de agosto de 1959; arquivo da RTP.

estrangeiro quase quintuplicou. É um período de crescimento não só da EN, mas da rádio enquanto meio de comunicação. Em dez anos, o número de recetores registados passou de 144 740 para 534 063²⁸³. Ou seja, a rádio oficial amadureceu, e um novo enquadramento tornou-se necessário.

Em 1957 é, pois, promulgada a Lei Orgânica da Emissora Oficial²⁸⁴. O Decreto-Lei n.º 41.484 parte deste desenvolvimento da emissora para identificar as necessidades que importa suprir, com vista ao cabal cumprimento da sua função cultural, informadora, recreativa e estabilizadora²⁸⁵. O diploma dá-nos, também, a imagem de um aumento do nível de vida das populações e da crescente atenção dispensada às emissões de rádio. É por estas razões que o Governo quer deixar para trás a organização primitiva da estação. O objetivo é adaptá-la às necessidades administrativas decorrentes do seu tempo e da dimensão do seu património. Naturalmente, há princípios que não mudam. A EN mantém-se dependente da Presidência do Conselho, sem prejuízo de continuar a depender do SNI (desde o Decreto-Lei n.º 34.133). A estação mantém a sua autonomia administrativa. Ao nível financeiro, a EN, sendo um organismo autónomo, tem receitas próprias que arrecada e aplica de acordo com as suas despesas.

São ainda publicados os Decretos-Lei n.º 41.485, que promulga o Regulamento da Emissora Nacional e n.º 41.486 que promulga o novo Regulamento das Instalações Receptoras de Radiodifusão²⁸⁶. Este último vem enquadrar as novas necessidades decorrentes do crescimento da rádio mas, também, tentar dar resposta ao aparecimento da televisão²⁸⁷.

A Direção da EN continua a ser livremente escolhida pelo Governo. O organograma, que é encabeçado por uma Presidência da Direção, mantém uma Direção dos Serviços de Programas, uma Direção dos Serviços Técnicos e uma Direção dos Serviços Administrativos. Dependiam do Presidente da Direção os serviços de Inspeção, Estatística Geral e Análise de Programas, Relações com o Exterior e Expediente dos Emissores Regionais. Destes serviços, destacam-se as atribuições da Inspeção, à qual competia a fiscalização, quer dos programas, quer do funcionamento da EN, entre outras tarefas; e da Estatística Geral e Análise de Programas, que se ocupava, genericamente, da estatística e da aceitação

²⁸³ Cf. Preâmbulo do Decreto-Lei n.º 41.484 de 30 de dezembro de 1957.

²⁸⁴ Decreto-Lei n.º 41.484 de 30 de dezembro de 1957.

²⁸⁵ Do artigo 2º, sobre os fins da EN: "1. Assegurar a emissão de programas radiofónicos para os territórios portugueses e para os territórios estrangeiros onde residam consideráveis núcleos de portugueses; 2. Exercer através desses programas ação continuada de cultura, educação, informação, e recreio; 3. Contribuir para o mais amplo e profundo conhecimento de Portugal no estrangeiro; § único. A Emissora Nacional desempenhará a sua função informadora, relativamente ao noticiário nacional e estrangeiro, por forma a manter um conveniente equilíbrio entre as atividades da radiodifusão e as da imprensa como elementos fundamentais de formação da opinião pública".

²⁸⁶ Os três decretos têm data de 30 de dezembro. O Decreto-Lei n.º 41.484 revoga os Decretos-Lei n.ºs 30.752, 30.853, 32.050, 37.230, 38.293, assim como algumas disposições dos n.ºs 33.570, 34.350 e 39.999. O Decreto-Lei n.º 41.486 revoga os Decretos-Lei n.ºs 30.753 (mantendo, porém, em vigor até 31 de dezembro de 1958 os artigos 31º, 34º, 35º e 36º na sua redação atualizada) e 34.385.

²⁸⁷ No art.º 35.º eram obrigados os comerciantes de aparelhos recetores a enviar uma relação mensal de compras, trocas ou quaisquer alterações de propriedade em que tivessem um papel, de forma a que a fiscalização pudesse ter acesso à identificação dos donos dos aparelhos. No que diz respeito às taxas, o pagamento veio sofrer algumas alterações processuais, mas o valor relativo à de radiodifusão está em 100\$00 e a de televisão é fixada em 360\$00 anuais.

dos programas pelos ouvintes. Junto da Direção da EN funcionavam um Conselho Administrativo e um Conselho de Programas. A este último, competia o exame dos programas emitidos, a emissão de pareceres sobre as grelhas e sobre programas em particular, a sugestão de alterações e a análise das opiniões do auditório. A nova lei orgânica mantinha a possibilidade de recrutamento fora dos quadros de pessoal para situações de emergência, bem como o regulamento de concursos de 1944.

V.6 | A DÉCADA DE 60: A LUTA IDEOLÓGICA

V.6.1 | O PRINCÍPIO DO FIM DO REGIME

Os anos 60 são os anos da guerra em África. São os anos do lento declínio de Oliveira Salazar. O contexto é sustentado por diversas linhas de força que começam por afrontar o regime entre 1958 e 1962, no rescaldo do delgadismo:

“a internacionalização do impacte da luta política contra o regime; a explosão da crise político-militar nas colónias e seus reflexos no plano diplomático; a tentativa de golpe palaciano por parte dos altos comandos das Forças Armadas; a eclosão de um revolucionarismo militar, com fortes articulações no plano civil; e, como pano de fundo de tudo o mais, a agitação política e social de massas, crescentemente influenciada pelo Partido Comunista Português” (Rosas, 1994, 532).

Todos estes vectores confluem em 1961, o ano que mais abalou o regime, mas que não chegou a vê-lo cair. É o ano decisivo para Goa, Damão e Diu, que (depois de Dadrá e Nagar Aveli, em 1954) são invadidas e anexadas pela União Indiana em dezembro (Capelo, 1997). É o ano da referida tentativa de golpe militar²⁸⁸ encabeçada pelo Ministro da Defesa, Júlio Botelho Moniz (irmão do fundador do RCP). É um ano que, na realidade, havia já começado com um acontecimento que seria decisivo na forma como os *media* internacionais viam e refletiam a contestação ao regime de Salazar (Rosas, 1994): o desvio do Santa Maria. Para acompanhar o episódio, as três grandes estações de rádio em Portugal levaram a cabo grandes operações especiais. O desvio do barco foi liderado pelo ex-presidente da EN,

²⁸⁸ A EN faz parte da história desse golpe, que foi definitivamente frustrado quando a estação comunica as demissões do Ministro e de outras figuras da hierarquia militar horas antes de uma reunião decisiva entre os conspiradores (Rosas, 1994)

Henrique Galvão que, entretanto, abandonara o apoio ao regime. É ele que conduz um grupo de 23 homens num assalto ao Santa Maria, desviando o transatlântico, antes de ser capturado por forças americanas. O navio foi entregue transitoriamente ao Brasil, onde o grupo de sequestro conseguiu asilo político. O apoio internacional ao governo foi escasso, o que veio acentuar a afronta a Salazar (Rosas, 1994). A cobertura informativa da EN totalizou 140 horas, usando os emissores 1 e 2 de Lisboa e os regionais em OM²⁸⁹. Ao longo desta aventura (o sequestro aconteceu a 21 de janeiro, a chegada ao Recife no dia 31 do mesmo mês, e o regresso a Lisboa a 16 de fevereiro), Artur Agostinho foi enviado ao Recife, realizaram-se programas especiais e vários espaços informativos; no segundo dia, a emissão chegou mesmo a ser contínua²⁹⁰.

Com um princípio claramente prenunciador da queda do regime, o final da década, traria alguns acontecimentos que, segundo Serejo (2001) se revestiram de uma dimensão política acrescida, atenuando o lento declínio do Estado Novo. O Mundial de Futebol em 1966, as celebrações dos 40 anos do regime, ou a inauguração da ponte sobre o Tejo. A EN esteve em todos esses acontecimentos e deles deu ampla conta.

V.6.2 | A EN NA UNIFICAÇÃO DO IMPÉRIO

A direção da EN havia, entretanto, mudado. Em 1959, Eça de Queirós abandona a estação e é substituído por Jaime Ferreira. O novo responsável da EN, à imagem do que era habitual à época, reconhece o poder socialmente normativo da rádio ao serviço do Estado:

“pelos favores da sua instantaneidade, da sua permeabilidade, do forte impressionismo que exerce, constitui hoje em dia – porque não dizê-lo? – uma poderosa arma de infiltração e propaganda política, especialmente propícia à fácil aglutinação da opinião geral”²⁹¹.

Assim continuará a EN ao longo da década. Ferreira ficará na presidência até 1963, de onde sairá por se encontrar insatisfeito. As razões invocadas prendem-se com a inadequação da legislação, com a estrutura da direção, com o mau funcionamento interno da empresa e com a falta de diretrizes superiores (Cristo, 2005).

²⁸⁹ Cf. *Rádio e Televisão*, de 11 de fevereiro de 1961, pp. 13 e centrais.

²⁹⁰ Cf. *Rádio e Televisão*, de 11 de fevereiro de 1961, pp. 13 e centrais.

²⁹¹ No discurso de tomada de posse (cf. *Rádio e Televisão*, de 5 de dezembro de 1959, pp. 3-4).

Logo nos primeiros meses que Jaime Ferreira passa à frente da EN, a sua ação é bem visível. Uma das primeiras ações que tomou, antes de virar a sua atenção para as colónias, foi o reforço dos serviços de taxas e de inspeção²⁹². Mas, o grande desígnio da EN será, finalmente, o Ultramar. A rádio pública anuncia em 1960 a intenção de avançar com a cobertura radiofónica de Angola e com a revisão da programação para as colónias. São feitos estudos preparatórios logo em 1961²⁹³. Jaime Ferreira era, aliás, muito claro ao referir-se à luta que se devia intensificar “contra ventos que todos sabemos de onde sopram”²⁹⁴. Ferreira referia-se aos ventos da agitação social e política dentro do país, mas também aos ecos da independência da Guiné-Conakry, ou da vitória de Fidel em Cuba. Nesta altura, o CEU transmitia para a África portuguesa, Guiné e Cabo Verde, Quênia (em inglês) União Indiana (em inglês), Índia portuguesa (em português e concani), Timor, Macau, Brasil, Estados Unidos da América e ilhas adjacentes²⁹⁵. A importância dada à EN no papel de unificação do Império era tal que a cerimónia dos 25 anos da emissora se realizou no CEU.

O início da guerra colonial²⁹⁶ acontece em 1961, em Angola²⁹⁷. Seguem-se Guiné-Bissau em 1963 e Moçambique em 1964. No início dos confrontos em Angola, a estação chegou a enviar repórteres ao teatro de guerra, no entanto, como é sublinhado por Ferreira, “a presença dos profissionais da EN nos cenários dos confrontos não garantia, só por si, informações isentas e verdadeiras do conflito” (2007: 143). Quando havia repórteres em África, não lhes era possível escolher qual a missão que acompanhariam. A Portugal chegava a versão oficial. E a EN continuava como seu principal veículo, tal como continuava a sê-lo para a obra e ideologia do regime:

“para a generalidade da rádio portuguesa, a guerra não existia, ou se havia alguns focos de conflito, estes eram relatados em casos de excepcionais êxitos, como em Nuambuangongo. Nessa altura, a EN estava lá, como estaria em Portugal para

²⁹² Cf. *Rádio e Televisão*, de 14 de maio de 1960, pp. 3 e 17.

²⁹³ Cf. *Relatório do Diretor dos Serviços Técnicos* datado de abril de 1972; arquivo da RTP.

²⁹⁴ Cf. *Rádio e Televisão*, de 16 de abril de 1960, p. 3.

²⁹⁵ Cf. *Rádio e Televisão*, de 4 de junho de 1960, páginas centrais.

²⁹⁶ Como explica Silveira, “A resistência do regime salazarista ao movimento descolonizador do pós-guerra levará os grupos emancipalistas das colónias portuguesas à luta armada (...). Apesar das sucessivas condenações da ONU, Salazar não cede (...). A guerra colonial foi o resultado da estratégia definida pelo regime salazarista quanto à sua política colonial e foi duramente condicionada: pela natureza não democrática do regime político português e pela conjuntura internacional do após-guerra, favorável ao movimento anticolonialista e emancipalista do chamado Terceiro Mundo” (1996: 71).

²⁹⁷ São os ataques no norte de Angola de 15 de março de 1961 que marcam o início da guerra. No texto da “Campanha nacional de auxílio às vítimas do terrorismo em Angola” a que a EN e a RTP se associaram podia ler-se “Na noite do último sábado, o País inteiro viu, através da Televisão, as primeiras imagens relacionadas com os graves acontecimentos que se desenrolaram no norte de Angola. Seguida por centenas de milhar de espectadores, a edição especial do Telejornal constituiu vivo testemunho da chegada ao aeroporto de Luanda de refugiados e feridos evacuados das zonas atingidas pelo vandalismo canibalesco dos inimigos de Portugal. Em imagens de repassada emoção humana, pudemos ver mulheres e crianças vítimas do terrorismo – dezenas de pessoas que ficaram com os lares destruídos, as fazendas arrasadas e saqueadas, enlutadas pelo assassinio de pais, maridos, irmãos ou filhos. Vítimas surpreendidas no pacífico labor de todos os dias pela violência criminoso de bandidos a soldo de agentes do terrorismo internacional” (Cf. *Rádio e Televisão*, de 25 de março de 1961, p. 3).

relatar alguns dos maiores sucessos do regime, como a entrega do “Santa Maria” ou a inauguração da ponte sobre o Tejo. Desta visão uniforme da realidade, apenas se irão diferenciar as rádios clandestinas” (Cristo, 2005:59).

A rádio estatal era a estação que mais noticiários transmitia, nos primeiros anos da década (Ferreira, 2007). Mas o facto de transmitir a versão oficial não significava que, dentro da estação, não se soubesse o que realmente acontecia. Os profissionais estavam a par de tudo, como explica Carlos Ventura²⁹⁸: “por ali passava tudo (...), por ali sabia-se tudo, quem é que tinha sido preso, quem é que não tinha sido, o que é que tinha acontecido em tal sítio... não saía era nada”²⁹⁹. Na verdade, tal como noutros sítios, dentro da EN também circulava propaganda da oposição.

Quem queria informação diferente da transmitida pela EN, tinha de optar pelas rádios clandestinas. Efetivamente, ao longo destes anos a sua difusão de propaganda subversiva desempenhou um papel fulcral: em África, com a Rádio Conakry (que, a partir da recém-independente Guiné, transmitia o seu exemplo de emancipação, sobretudo à Guiné-Bissau) e com a Rádio Senegal (que também transmitia em português); e em Portugal (apesar das interferências criadas para impedir a escuta no nosso país), através da Rádio Portugal Livre (RPL), desenvolvida pelo Partido Comunista Português a partir da Roménia, ou da Rádio Voz da Liberdade (RVL), que emitia desde a Argélia (Cristo, 2005).

Com o tempo, a informação dada pela EN sobre a guerra em África vai sendo cada vez mais escassa, como explica Cristo: “O conflito entrara na rotina, as energias do combate inicial perderam-se e a luta armada foi relegada para segundo plano, atrás das guerras internacionais, designadamente o Vietname” (2005: 51). Fiel à sua posição no aparelho ideológico montado pelo governo, a EN destaca-se pela propaganda de integração e pela contrapropaganda (Cristo, 2005). A propaganda de integração havia sido alargada na década anterior, aquando do início dos problemas nas províncias da Índia. Nela, incluíam-se, entre outros, programas como a “Hora da Saudade”, ou o comentário de Ramiro Valadão. No domínio da contraprogramação, a EN respondia à emissão de algumas rádios clandestinas. Isso acontecia em programas como “A verdade é só uma, Rádio Moscovo não fala verdade”.

Entretanto, Solari Allegro substituiu Jaime Ferreira à frente da EN ainda em 1963, embora só tome posse em 1964. A escolha dos dirigentes da EN continuava a ser feita pela confiança política. E Allegro, tendo sido secretário particular de Salazar era, naturalmente, digno dessa confiança³⁰⁰. Allegro,

²⁹⁸ Locutor na EN antes do 25 de abril, continuou na RDP, como realizador, tendo ocupado lugares de chefia dentro da programação.

²⁹⁹ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

³⁰⁰ O subsecretário de estado, Paulo Rodrigues, faz referência a esse mesmo facto, na tomada de posse: “sendo [o cargo] um dos de maior confiança quis entregá-lo a quem desse garantia indesmentível de igual fidelidade a quem fidelidade se deve”. Allegro retribuiu, reafirmou a dedicação, a admiração ao Presidente do Conselho e reforçou o papel da EN dentro dos princípios ideológicos do Estado e das necessidades que o contexto exigia. Naturalmente, essa livre escolha do Governo traduzia-se em todas as emissões da estação.

considerava que os problemas mais urgentes que a Emissora tinha pela frente eram a inadequação das instalações, a potência dos emissores e a cobertura ultramarina³⁰¹. Mas, destes três, a atenção de Sollari, nos primeiros tempos, vira-se para a cobertura do Ultramar. Essa foi a prioridade da EN à época³⁰².

Nesta altura, a legislação não dava à EN competência para desenvolver ações nas províncias ultramarinas. No entanto, o acesso das populações às informações provenientes de outros meios tinha de ser combatido, pelo que a estação continuava com os estudos para a cobertura radiofónica das províncias. Em 1967, a Divisão de Estudos e Ensaios apresenta dois planos, um para a cobertura da Guiné³⁰³ e outro para a cobertura de Cabo Verde em Ondas Médias³⁰⁴.

Antes do final da década, a EN é, finalmente, autorizada a instalar Emissores Regionais Ultramarinos (ERU) em São Tomé e Príncipe (Decreto-Lei n.º 48.934 de 27 de março de 1969³⁰⁵) e na Guiné (Decreto-Lei n.º 49.084, de 26 de julho de 1969³⁰⁶). Nestes ERU, que eram enquadrados na necessidade

³⁰¹ Cf. *Rádio e Televisão*, de 31 de outubro de 1964, pp. 5-7.

³⁰² Paulo Rodrigues assumia a importância desse trabalho, aquando da tomada de posse do novo presidente da EN, deixando para segundo plano as outras iniciativas da EN durante o ano corrente, tais como: “a renovação da programação baseada no estudo de novos métodos sócio-culturais de utilização da radiodifusão sonora, a coordenação desta com os programas de televisão, a melhoria do serviço informativo e das campanhas educacionais, a colaboração prestada ao esforço de fomento turístico, a assistência radiofónica aos núcleos de portugueses espalhados pelo mundo, o alargamento das emissões da ‘Voz do Ocidente’ e os trabalhos em curso para as instalações regionais do Funchal, Açores e Vila Real” (cf. *Rádio e Televisão*, de 31 de outubro de 1964, pp. 5-7).

³⁰³ O primeiro destes estudos tinha como objetivo, não só a cobertura do território, mas também a audição satisfatória nas vizinhanças da zona fronteiriça. Os estudos anteriores eram mais ambiciosos e pretendiam que a emissão fosse satisfatoriamente ouvida em Dakar e na capital vizinha, Conakry, pelo que a EN pretendia aferir se daí resultaria alguma diminuição nos custos do projeto (mais tarde, voltaria a incluir nos seus estudos a necessidade de uma boa recepção em Dakar e Conakry). Note-se que nas zonas tropicais, a difusão em Onda Média era sujeita a um ruído radioelétrico característico, além de haver diferenças consideráveis nas condições de captação diurna e nocturna. Por esses motivos, o investimento era superior ao necessário noutras regiões e os estudos implicavam outras soluções para garantir alguma eficácia (cf. relatórios dos Serviços Técnicos de julho e setembro de 1967; arquivo da RTP).

³⁰⁴ Cf. *Relatório dos Serviços Técnicos* de setembro de 1967; arquivo da RTP.

³⁰⁵ Do clausulado destaca-se: “A ação que o Rádio Clube de S. Tomé vem desenvolvendo na província de S. Tomé e Príncipe traduz um esforço relevante, mas que atingiu o nível máximo permitido pelas suas características e pelas possibilidades do meio. 2. Contudo, as necessidades da província no campo da radiodifusão são mais extensas e exigem a adopção de medidas que vão além da capacidade económica e técnica daquela agremiação, razão por que cumpre à Administração promover o procedimento mais adequado para suprir essa insuficiência. 3. Consideram-se ainda os aspectos de que a radiodifusão se reveste em S. Tomé e Príncipe, no âmbito da unidade nacional, e, nessa medida, entende-se que os serviços de radiodifusão nesta província serão bem assegurados se ficarem dependentes da Emissora Nacional de Radiodifusão, que, assim, poderá com mais eficiência prosseguir na realização dos objectivos que lhe são atribuídos por lei. (...) Artigo 1.º De harmonia com o disposto (...), é autorizada a Emissora Nacional de Radiodifusão a instalar na província de S. Tomé e Príncipe um emissor regional subordinado a regime idêntico ao dos emissores regionais existentes no território metropolitano. Art. 2.º Compete à Emissora Nacional de Radiodifusão, através do Emissor Regional de S. Tomé e Príncipe, assegurar todo o serviço de radiodifusão indispensável à satisfação das necessidades da província e à salvaguarda e defesa dos interesses nacionais”.

³⁰⁶ Alguns artigos relevantes do clausulado: “Para assegurar aos serviços de radiodifusão da Guiné os meios que os habilitem a desempenhar com a eficiência necessária as suas funções, considerou-se conveniente integrá-los na Emissora Nacional de Radiodifusão. Artigo 1.º (...) é autorizada a Emissora Nacional de Radiodifusão a instalar um emissor regional na província da Guiné. Art. 2.º Compete à Emissora Nacional de Radiodifusão, através do Emissor Regional da Guiné, assegurar todo o serviço de radiodifusão indispensável à satisfação das necessidades da província e à salvaguarda e defesa dos interesses nacionais, substituindo, em matéria de radiodifusão, a atividade até agora exercida pela Emissora Oficial da Guiné Portuguesa, anteriormente designada por Emissora Provincial da Guiné Portuguesa. Art. 3.º Pelo presente diploma são alargadas a todo o território da província da Guiné a competência e atribuições da Emissora Nacional de Radiodifusão definidas por lei e pelos seus regulamentos, mas as referências ao Governo ou à Presidência do Conselho que neles se encontrem entender-se-ão como sendo feitas ao Ministro do Ultramar”.

de salvaguardar a unidade nacional, a EN estava autorizada a explorar comercialmente a publicidade radiofónica; como receita contaria também com a cobrança das taxas, à imagem do que acontecia na metrópole³⁰⁷.

A EN haveria de terminar a década com um parque técnico composto por 23 antenas de OC e sete emissores de 100 kw, que serviam 11 destinos³⁰⁸.

V.6.3 | CONTRA VENTOS DE MUDANÇA

Fiel ao seu espírito doutrinal, a EN dá início, em 1968, às “Notas do dia”, da autoria do chefe da informação da EN. Este comentário, que antecedia alguns blocos de notícias, tinha intenções pedagógicas, (contra)propagandísticas e doutrinárias, versando temas relacionados maioritariamente com as políticas interna e externa e com o Ultramar (Ferreira, 2007).

Em abril de 1969 os microfones da EN captam o início da crise académica³⁰⁹. A EN esteve lá nesse dia 17 de abril. Porém, os sons ficariam para arquivo e para transmissão já em tempos de liberdade. Quem escutou a rádio por esses dias, nada ouviu acerca do incidente.

Em outubro, realizam-se as eleições à Assembleia Nacional. O ato eleitoral, que decorreria num clima adverso, não teria a legitimidade que Caetano lhe queria conferir (Rosas, 1994). Quatro meses depois, Marcelo Caetano é eleito presidente da Ação Nacional Popular que, em congresso, sucede à União Nacional. O texto da nota do dia da EN, na sua edição de 23 de fevereiro, é o perfeito exemplo do posicionamento da estação:

“No seu discurso aos participantes do V Congresso da União Nacional (...) o Prof. Marcello Caetano ofereceu à consciência cívica do País dois caminhos distintos de orientação política: o da manutenção da ordem e do progresso, na renovação pela

³⁰⁷ Para responder a esta nova situação foram necessárias alterações à regulamentação existente, o que foi feito com a publicação do Decreto-Lei n.º 49.272, de 27 de setembro de 1969. O decreto veio modificar algumas disposições relativas à orgânica da Emissora: “O presente diploma e as novas disposições regulamentares que brevemente serão publicadas não pretendem, por isso mesmo, apresentar-se como uma reforma dos serviços, mas apenas como um conjunto de medidas destinadas a tornar imediatamente possível a exploração dos emissores regionais ultramarinos, a permitir que a Emissora Nacional seja dotada do pessoal e da orgânica adequados ao cumprimento das novas missões que lhe incumbem e a preparar uma alteração mais profunda do sistema que tem regido até agora a radiodifusão nacional”. Para tal, eram necessárias alterações ao Decreto-Lei n.º 46.736.

³⁰⁸ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2000.

³⁰⁹ O Chefe de Estado encontrava-se em Coimbra para inaugurar o novo edifício da Faculdade de Ciências. Na cerimónia de inauguração, o presidente da Associação Académica de Coimbra, Alberto Martins, é impedido de falar. Martins seria preso no dia seguinte; a Universidade de Coimbra seria encerrada temporariamente em maio e, em junho, uma larga maioria dos estudantes faria greve aos exames. Em setembro, os estudantes de Coimbra desmobilizam, sendo muitos deles incorporados compulsivamente no exército (Capelo, 1997).

continuidade; ou o da anarquia e da subversão, na aleatória experiência de ideários sóciodemocráticos inadapáveis à índole e aos interesses colectivos do povo português” (Patrício, 1971: 61).

O texto de outras edições exemplifica a doutrina das notas do dia, nas mais variadas situações. Eram comuns o louvor e a amplificação da política do regime (“apresentando um saldo francamente positivo, a obra realizada por Marcello Caetano continua a merecer a confiança da Nação” [Patrício, 1971: 135]³¹⁰); a explicação das remodelações governamentais (“reunir para simplificar; simplificar para melhor governar” [Patrício, 1971: 53]³¹¹); e a justificação da política de manutenção das colónias (“ameaçadas pelo inimigo comum do Ocidente, o comunismo” [Patrício, 1971: 131]³¹²).

O espírito era este em toda a programação da EN. Em 1963, o diretor do serviço de programas, José Luís da Silva Dias, tinha elaborado e distribuído um caderno normativo intitulado “Noções a observar na concepção e realização de programas”. Várias orientações eram dadas (frequentemente com recurso a obras teóricas relevantes à época) ao nível das obrigações morais, da formação da opinião pública, da informação e da propaganda, do comportamento do próprio ouvinte e, claro, do conteúdo das emissões³¹³.

V.6.4 | A IMPLANTAÇÃO DO FM ESTÉREO

O crescente rumor da mudança social vai-se sentindo em Portugal, fruto dos ventos que chegam do estrangeiro. Há uma geração que cresce seduzida pelo que lhe entra pela janela da televisão:

“Apesar das limitações da censura, muitos dos acontecimentos que se passam na cena internacional vão surgindo nas casas dos Portugueses: das imagens da independência do Congo aos feitos da conquista do espaço, um mundo desconhecido vai entrar na casa de cada um, com os seus valores e padrões de vida próprios. (...) E enquanto se inicia a guerra colonial, os Portugueses podem ver nos écrans as imagens do início das negociações de De Gaulle com os combatentes argelinos... (...) A partir de 1962, ao mesmo tempo que o regime

³¹⁰ Cf. Nota do dia da EN, de 26 de setembro de 1970.

³¹¹ Cf. Nota do dia da EN, de 15 de janeiro de 1970.

³¹² Cf. Nota do dia da EN, de 17 de setembro de 1970.

³¹³ Cf. *Noções a observar na concepção e realização de programas*, por José Luís da Silva Dias, Diretor dos Serviços de Programas, novembro de 1963; arquivo da RTP.

salazarista se imobiliza e que se concentra no esforço da guerra, a televisão traz aos lares portugueses não apenas as imagens da guerra, mas também os sinais de uma nova geração e de uma nova mentalidade juvenil que o mundo da canção rock e pop facilmente propaga” (Reis, 1996: 203-204).

Apesar de outros países estarem claramente à frente de Portugal, devem sublinhar-se as mudanças tecnológicas e socioculturais iniciadas nos anos 60, dada a sua relevância no curso da rádio (e não só da EN). Por um lado, há uma cultura nascida do *rock'n'roll* norte-americano da década de 50, que já tinha chegado à Europa pela mão da Rádio Luxemburgo e das lojas de discos. A sua relevância social e económica, em breve, seria grande. É a explosão dos Beatles em 1963 e o desenvolvimento das multinacionais discográficas. Por outro lado, há uma histórica procura da sublime experiência sonora, que sempre se constituiu como um dos principais motores da evolução técnica da rádio.

Nesta altura, os avanços são vários. Além da estereofonia e da FM, importa referir as melhorias nos estúdios, nas técnicas e nos próprios suportes de gravação. Tal como nos EUA havia acontecido, em Portugal, a emissão em FM começou por ser alternativa e para minorias. Os primeiros ouvintes norte-americanos de FM tinham gostos mais refinados, em regra, um interesse cultural mais elaborado e procuravam, não só uma maior fidelidade na escuta, mas também um conteúdo diferente do que era transmitido em AM (Douglas, 2004). Em Portugal, os programas transmitidos em FM

“constituíam uma alternativa radiofónica de que o ‘Em Órbita’³¹⁴ foi o expoente. Com propostas musicais desconhecidas, apresentadas de uma forma mais sintética e objectiva, a frequência modulada seduziu os mais jovens” (Cristo, 2005: 70).

Porém, as vantagens da FM só seriam superiormente aproveitadas, após o início da transmissão em estereofonia, a partir de 1968. A melhoria da experiência auditiva com a introdução do estéreo foi enorme:

“O desejo de um som mais puro e autêntico, de um som que pudesse reproduzir a verdadeira audição de uma sinfonia ou de um quarteto ou uma soprano ao vivo,

³¹⁴ O programa, já aqui referido como um dos marcos da rádio portuguesa, ganhou o prestigiado prémio internacional Onda-67, para o melhor programa de divulgação de música popular e folclórica; para além dos Beatles e dos Stones, que eram conhecidos em Portugal, o programa pretendia trazer a música anglo-saxónica (naturalmente marcada pela época e pelos seus problemas sociais) de artistas como Donovan ou Bob Dylan (cf. *Rádio e Televisão*, de 19 de outubro de 1968, p. 12).

provocou uma das maiores revoluções tecnológicas dos anos 60 e 70, a transformação do fonógrafo no sistema de estéreo, que utilizava dois canais de som” (Douglas, 2004: 256).

A primeira estação a transmitir em estereofonia foi o RCP³¹⁵, embora em Moçambique, o Rádio Clube já o fizesse desde 1965³¹⁶. A EN começa oficialmente a 14 de março de 1968, com a transmissão em direto de uma ópera no São Carlos³¹⁷. Inicialmente, a EN transmitia apenas para Lisboa³¹⁸.

Esta mudança tecnológica é uma das faces da viragem que a rádio começava lentamente a fazer em Portugal e que está na génese das rádios comerciais da atualidade. Em pano de fundo estará, sempre, a crescente penetração da televisão e a mudança de hábitos, nomeadamente nos períodos de *prime time*. Em 1966, a crítica de rádio do Diário Popular explicava que

“Apesar do fascínio que a Rádio ainda hoje exerce no nosso público, especialmente devido à dificuldade de acesso a outros veículos de informação, cultura e entretenimento, a verdade é que onde chegou a TV (mesmo com todos os condicionalismos que lhe quisermos imputar devido à fraca programação) deixou, praticamente, de ouvir-se rádio às horas em que o ‘pequeno ecrã’ se encontra iluminado pela imagem”³¹⁹.

Apesar disso, em Portugal, o tamanho e as características do mercado da rádio não permitiram que ele colapsasse. Isso aconteceu, parcialmente, nos EUA, com a fuga das estrelas da rádio para a televisão (Levinson, 1998).

Temos, pois, por um lado, a indústria discográfica que está numa imparável ascensão; por outro, os jovens que se desenvolvem enquanto consumidores culturais independentes da estrutura família (Marti Marti, 2004; Longhurst, 2007). Estes dois fatores, articulados com as potencialidades da FM, começam a mudar a rádio. Outro elemento importante foi a invenção do transístor em 1947. Nos EUA,

³¹⁵ As declarações do diretor técnico do RCP, feitas poucas horas após as primeiras transmissões permitem compreender a reação do auditório ao início da estereofonia em Portugal: “o número de aparelhos estereofónicos no nosso país é muito maior do que aquele que eu julgava. Estava eu a calcular, sei lá, talvez uma centena de receptores equipados para receber tais emissões... e a surpresa foi enorme quando verifiquei que os telefonemas choviam no Rádio Clube” (cf. *Rádio e Televisão*, de 13 de janeiro de 1968, p. 4).

³¹⁶ Cf. *Rádio e Televisão*, de 13 de janeiro de 1968, pp. 4-5.

³¹⁷ Cf. *Rádio e Televisão*, de 16 de março de 1968, pp. 6-7.

³¹⁸ Isso levava a imprensa da época a relembrar as responsabilidades nacionais da estação. As publicações especializadas incluíam também avisos aos ouvintes, lembrando-os das particularidades associadas à receção em estéreo (cf. *Rádio e Televisão*, de 16 de março de 1968, pp. 6-7).

³¹⁹ Cf. À escuta... crítica de rádio do *Diário Popular*, de 4 de setembro de 1966.

com os pequenos aparelhos japoneses de baixo custo (Longhurst, 2007), o rádio foi para a rua, para a praia e tornou-se móvel. O som “redefiniu o espaço público” (Douglas, 2004: 221). Passa a existir uma possibilidade de consumo radiofónico individual, devido à portabilidade dos aparelhos e uma programação apelativa sobretudo aos jovens apreciadores de música. No entanto, como explica Cristo (2005), em Portugal, a limitação da cobertura de FM às zonas urbanas (onde a receção de OM era boa) e o preço dos recetores foram entraves à sua rápida penetração³²⁰.

A rádio continua a crescer³²¹ e a desenvolver-se. Seis anos depois do início da instalação de antenas, a EN conclui, em 1961, a primeira rede regional de FM, com a inauguração do “Porto 1MF”. Este emissor iria transmitir no litoral norte o programa A, reservando o “Porto II MF” para o Programa B. A estes, seguir-se-iam emissores em Lisboa, no centro e no sul do país³²². Porém, deve notar-se que, apesar do investimento na FM, a OM continua a implementar-se. Em 1965 começa a funcionar um novo emissor da EN em Portalegre (Maia, 1995) e em 1967, a 22 de outubro, é a vez do Emissor Regional da Madeira³²³. Uma das pretensões dos ouvintes do arquipélago era o desdobramento de programas; no entanto os planos da EN só o previam para depois da instalação de um emissor de FM³²⁴.

É então que novos caminhos começam a ser procurados. Em 1962, vários postos privados começam a transmitir programas a horas que até então eram desprezadas pelos produtores e anunciantes³²⁵. Numa década dourada para o futebol nacional (tanto ao nível de clubes como das seleções em provas internacionais), o futebol instala-se numa bancada semanal radiofónica que não voltaria a largar: as tardes de domingo. Alguma crítica chegou a apontar a falta de alternativas que se deparava aos ouvintes: “aos domingos, quem não apreciar futebol, só tem uma hipótese (se não gostar da música ligeira transmitida por Lisboa-2): desligar a telefonia...”³²⁶. Na verdade, o papel da segunda emissão da EN revestia-se de uma importância acrescida, uma vez que, em todo o espectro radiofónico, a música

³²⁰ Um televisor Grundig, modelo R.T.P. – 143, custava em 1960 4.450\$00 (cf. *Rádio e Televisão* de 23 de abril de 1960, p. 18); um recetor de rádio a válvulas com qualidade *hi-fi* e capacidade de receção de FM custava 2950\$00 (cf. *Rádio e Televisão*, de 21 de janeiro de 1961, p. 5)

³²¹ Em 1963 estavam registados em Portugal 1006530 recetores de rádio e 89642 televisores (cf. *Rádio e Televisão*, de 21 de setembro de 1963, p. 2 [o texto da revista incluía a referência à Turquia, onde haveria apenas mil aparelhos de rádio registados]).

³²² Cf. *Rádio e Televisão*, de 8 de abril de 1961, p. 15.

³²³ Cf. *Jornal da Madeira*, de 19 e 22 de outubro de 1972.

³²⁴ Sollari Allegro afirmou na altura que a oferta simultânea de programas sérios e ligeiros teria de esperar e que esta nova antena agora instalada no Funchal iria servir o novo emissor de 10kw cuja instalação aguardava apenas a conclusão das obras do edifício (Cf. *Diário da Manhã*, de 26 de outubro de 1967).

³²⁵ “A madrugada deixou de meter medo”, podia ler-se num artigo da imprensa especializada (cf. *Rádio e Televisão*, de 5 de janeiro de 1963, p. 24).

³²⁶ Cf. *Rádio e Televisão*, de 5 de janeiro de 1963, p. 24.

erudita havia sido posta de lado³²⁷. De facto, para alguns, o Programa 2 da emissora mantinha-se como uma alternativa interessante:

“ligo a rádio para o ‘2º Programa’ da EN. Se não encontrar motivos para grandes comentários, pelo menos tenho a certeza de que não escutarei ié-ié, não ouvirei conversas despropositadas entre locutores, não terei que suportar quilómetros de anúncios... Enfim, serei um cidadão quase feliz”,

escrevia o crítico de rádio do *Diário Popular*, Duarte Ramos³²⁸. Ao mesmo tempo, o teatro radiofónico ia tendo uma presença maior nas emissões³²⁹. Podia dizer-se que a rádio tinha melhorado, nestes primeiros anos da década:

“melhoraram, de um modo geral, os programas de teatro e musicais; aumentaram os períodos de emissão; surgiram novos nomes; apareceu uma nova forma de noticiários; sentiu-se um rejuvenescimento quase geral. Tudo isto chega para anular os débitos da teimosa sobrevivência de alguns programas que há muito já deram o que tinham a dar”³³⁰.

V.6.5 | O CINZENTISMO DA EN E A NOVA RÁDIO

Junto à EN, em 1960, a Rádio Universidade (RU) comemorava uma década de rádio “da juventude e para a juventude³³¹”. Ao longo desses dez anos, a RU transmitiu através dos emissores de Lisboa 2 da EN, onde ficaria, até passar para o Lisboa 1, em 1967. A RU, que dependia da Mocidade Portuguesa, do Ministério da Educação Nacional e do Centro Universitário de Lisboa, teve um papel relevante à época pelo lugar que deu aos jovens para experimentarem novos caminhos técnicos e estéticos (Cristo,

³²⁷ Uma reportagem que visava dar a opinião sobre a rádio portuguesa dos turistas estrangeiros de visita a Lisboa, acabava por comprovar essa tendência; duas escocesas, de rádio a tiracolo afirmavam: “Nós adoramos ouvir música, sobretudo moderna. E, francamente, Portugal é o país onde mais se ouve esse género de música” (cf. *Rádio e Televisão*, de 28 de agosto de 1965, p. 25).

³²⁸ Cf. *Diário Popular*, de 12 de novembro de 1967.

³²⁹ A crítica elogiava a EN pela preferência por originais portugueses no “Teatro das Comédias”, dirigido por Álvaro Benamor, mas eram também dignas de referência abonatória o “Teatro dos Nossos Dias” do Programa 2, e a rubrica de teatro português no programa “Voz do Ocidente” (cf. *Diário Popular*, de 12 de novembro de 1967).

³³⁰ Cf. *Diário Popular*, de 12 de novembro de 1967.

³³¹ Cf. *Rádio e Televisão*, de 9 de abril de 1960, páginas centrais. A RU havia começado a emitir em 3 de abril de 1950 na EN.

2005). A rádio nova que nascia em Portugal tinha o seu berço na RU e o seu palco na rádio comercial (Cristo, 2005). A EN passará ao lado desta revolução.

De facto, ao longo dos anos 60 são lançadas as bases para uma nova rádio, mas os programas que teimam em atravessar a década mostram que esta rádio, alicerçada no sucesso dos discos pedidos, no humor, nos folhetins e no desporto é, sobretudo uma rádio

“introvertida, virada para si mesma, envergonhada e inibida. Uma rádio de cabina, realizada à base do diálogo entre, normalmente, dois locutores, cada vez mais rendidos quer às ‘rodela pretas’, os discos de vinil, que inundam as estações, quer à publicidade. É a rádio bonançosa, tranquila e sossegada, cuja preocupação é não mais que distrair” (Cristo, 2005:17).

O RCP e a RR irão viver as revoluções musicais que vinham do estrangeiro. Mas a EN manter-se-á à parte; igual a si própria³³². Pelos seus microfones, partilhados com os mais populares locutores da época³³³, continuavam a passar os nomes que se haviam tornado grandes na canção portuguesa, como Tony de Matos, Maria de Lurdes Resende, Francisco José, Trio Odemira, Simone de Oliveira, Madalena Iglésias ou Rui de Mascarenhas³³⁴. José Manuel Nunes, que na RR tinha o “Página 1”, recorda:

“A EN continuava com as cançonetas das vozes da música ligeira portuguesa e com Salazar na garganta. A EN trabalhava para uma outra realidade: um Portugal rural, conservador e obediente. Isto não obsta a que tivesse uma estrutura organizacional adequada e que tivesse um quadro de produção com valências que outras estações de rádio não tinham. A EN era um organismo com meios técnicos de dimensão desconhecida pelos operadores privados e tinha um aparelho de produção desconhecido em estações privadas com programação

³³² No início da década, as páginas da imprensa destacavam, de entre a programação da EN, os folhetins, os espaços de teatro radiofónico, a poesia, o programa juvenil “Estrela da Tarde”, a “História do Teatro” de Eurico Lisboa, o “Romance e Poesia da Bíblia” e as emissões infantis (“Parque Infantil”, “Era uma vez” ou as rubricas realizadas por Odette de Saint-Maurice). Em 1966, no ano do Mundial de Futebol de Inglaterra, os destaques da imprensa para o Programa 1 da EN eram relativos ao seu espaço para mulheres durante a tarde; “A Ciência e o Homem” à noite ou o “Tempo de Jazz” de Raul Calado. Na rádio havia discos pedidos, à imagem do clássico “Quando o telefone toca”, do RCP, e de outros semelhantes que existiam noutras rádios. O Programa 2 era o palco das óperas ou das palestras

³³³ Pedro Moutinho, Artur Agostinho ou Maria Leonor eram os preferidos do Concurso “Os melhores do espectáculo 1962” (cf. *Rádio e Televisão*, de 5 de janeiro de 1963, p. 26).

³³⁴ Cf. *Rádio e Televisão*, de 14 de setembro de 1963, p. 13

comercial (...), enfim era uma rádio de Estado ao nível da RNE, só que mais pequena. Mas, rock e pop e inovações estilísticas: zero”³³⁵.

De facto, como veremos, a emissora não se renovava.

a / A estagnação da EN

No início da década, quando Jaime Ferreira chegou à EN, avançou com alterações ao programa-tipo, que estava em vigor há cerca de um ano (desde maio de 1959). Embora reconhecesse que o gosto do ouvinte é insaciável e que a EN deveria ir ao encontro dos hábitos e predileções do auditório, Ferreira mantinha a convicção de que a estação oficial nunca deveria descurar o seu papel na correção do gosto do ouvinte. Para isso, deveria continuar a posicionar-se de forma a responder à transversalidade e à heterogeneidade de gostos do público³³⁶. O número de horas de emissão para a metrópole é aumentado, mas a mais importante mudança reside na clara diferenciação entre os dois programas nacionais. Acaba a interrupção do Programa A durante o início da tarde, e estende-se a emissão entre as 7.00 e as 24.00 horas (o que significa um acréscimo de três horas e meia); o Programa B passa de cinco para oito horas diárias (entre as 12.00 e as 15.00 e entre as 19.00 e as 24.00 horas). A carga musical e ligeira do Programa A é acentuada, em detrimento dos conteúdos falados, e sublinha-se a seriedade e a erudição do Programa B, tentando que não haja programas falados em simultâneo nos dois canais. O serviço informativo é também reforçado³³⁷. Outra particularidade interessante desta alteração, é a adequação dos conteúdos às respostas dadas pelos ouvintes aos inquéritos da EN. Isso resultou numa correspondência maior com os hábitos do quotidiano: assim acontece com o “Programa da Manhã”, entre as 07.00 e as 10.00 horas, assumindo a viagem para o trabalho, ou com a música ligeira que é apresentada como mitigadora do cansaço do trabalhador, entre as 11.15 e as 11.45 horas.

Antes do final de 1960 (a 25 de novembro) seria ainda lançada na EN a “Rádio-Escolar”, um programa da Direcção Geral do Ensino Primário que era transmitido duas vezes por semana, e que era usado como auxiliar pelos 200 professores que participavam no projeto. Os conteúdos alternavam entre a música e a história. O primeiro programa foi dedicado a um episódio dos Descobrimentos, perfeitamente enquadrável na exaltação da história nacional feita pelo regime.

Apesar destas alterações, a programação da EN estava estagnada. Aí se mantinham elementos já com história. Os “Serões para Trabalhadores” apresentavam-se no início da década com novos moldes, mas

³³⁵ Entrevista realizada em 31 de janeiro de 2010.

³³⁶ Conferência de Imprensa de apresentação do novo programa-tipo da EN (cf. *Rádio e Televisão*, de 4 de junho de 1960, p. 3).

³³⁷ Cf. *Rádio e Televisão*, de 4 de junho de 1960, p. 3.

mantendo o objetivo de “pelo engenho e arte dos seus colaboradores proporcionar aos muitos dos seus apreciadores, muitos momentos de recreio e de saudável evasão espiritual”³³⁸. Em 1960, e só em Lisboa, tinham já sido realizadas mais de 900 emissões deste programa, composto apenas por música e músicos portugueses e realizado em parceria com a F.N.A.T.³³⁹. O modelo estava gasto e a opção era considerada anacrónica pela crítica³⁴⁰. No *Diário Popular* podia ler-se a pergunta evidente: “Claro que fazer alterações é difícil. O melhor é deixar tudo como antigamente e prosseguir. Para quê um esforço para renovar a apresentação e os conteúdos dos serões?”³⁴¹. A crescente falta de qualidade de outros espaços era, também, exposta pela crítica. Jorge Guerra louvava os

“tempos áureos na nossa rádio, através dos ‘Diálogos de Domingo’ da E.N., quando Olavo ainda era Olavo (...). Tudo desapareceu com o tempo. O sorriso gastou-se ou gastaram-no. O ouvinte tem hoje mais motivos para chorar do que para rir, quando escuta rádio. Reparem, por exemplo, no ‘Arco Íris’ da E.N., que outrora ainda conseguia manter a boa disposição do ouvinte e hoje não passa de uma manta de retalhos de notícias curiosas e pouco mais”³⁴².

A imagem da EN junto da crítica era, pois, de estagnação e, também, de cinzentismo³⁴³. Apesar disso, os meios de produção eram reconhecidamente bons³⁴⁴.

Em 1964 encontramos a emissão da EN perfeitamente estruturada de acordo com os hábitos de consumo radiofónico do auditório (revelando assinaláveis diferenças em relação aos hábitos de hoje,

³³⁸ Cf. Programa de uma das emissões citado em *Rádio e Televisão*, de 2 de janeiro de 1960, p. 20.

³³⁹ *Rádio e Televisão*, de 2 de janeiro de 1960, p. 20.

³⁴⁰ Segundo a crítica especializada: “um ‘Serão para Trabalhadores’ efectuado no Liceu de Camões pela E.N., em colaboração com a F.N.A.T. (...). Não consegui, por muito boa vontade que tivesse, descortinar onde residia a diferença entre este ‘serão’ e todos os que o antecederam. (...) A mesma orquestra, os mesmos assobios do público na entrada de qualquer artista do sexo feminino, as mesmas canções lamuriantes (o fado, como repetiu o locutor, é momento indispensável destes ‘serões’), o mesmo tom na apresentação e até as mesmas piadas”(Cf. *Rádio e Televisão*, de 2 de janeiro de 1960, p. 20).

³⁴¹ Crítica do *Diário Popular* assinada por D.R (cf. *Diário Popular*, de 2 de outubro de 1966).

³⁴² Cf. *Rádio e Televisão* de 30 de novembro de 1968, p. 23. A receptividade havia mudado em cinco anos, altura em que o mesmo programa era louvado nas páginas da revista (cf. *Rádio e Televisão*, de 5 de janeiro de 1963, p. 8).

³⁴³ Isso era audível na informação e também no desporto, como pode comprovar-se nesta referência a um locutor, num desafio domingueiro de futebol: “apático, monótono e nada emotivo com o assunto, o locutor em questão não proporcionou grandes motivos para que se ‘sentisse o espectáculo’ que relatava. Fiquei então a saber o motivo pelo qual há ouvintes que preferem escutar outras estações – apesar da publicidade que se intercala no decorrer dos relatos” Crítica de rádio do *Diário Popular*, assinada por D. R. (cf. *Diário Popular*, de 19 de setembro de 1966).

³⁴⁴ Um dos fatores louvado pela crítica era o apuro de alguns dos espaços da EN: “bem vistas as coisas, por estes lados os ares são outros! A produção é uma realidade. Nem sempre com o nível que seria de exigir, é certo, mas de qualquer forma uma realidade. Enquanto que, por outras ‘bandas’ não há meio de sair do ‘disco-anúncio’”, escrevia Duarte Ramos no *Diário Popular*.

No mesmo texto, o crítico destacava o prazer com que tinha escutado, de manhã, o professor e a locutora na educação musical inserida no espaço da “Rádio-Escola” e, à noite, “As grandes figuras do mundo português”, de Manuel Caldeira Pais; criticava a repetição vespertina do programa escolar e os discos riscados e a mistura musical da hora do almoço (cf. *Diário Popular*, de 1 de novembro de 1967).

como veremos mais adiante). Os seus momentos de maior audiência são das 07.00 às 10.00 horas, das 12.00 às 14.30 horas, das 19.00 às 21.30 e, aos domingos, das 14.00 às 20.00 horas³⁴⁵.

Quatro anos mais tarde, o novo mapa-tipo de programas³⁴⁶ da EN, traz poucas mudanças, embora se ajustem alguns horários. Mantém-se o esquema geral e solidifica-se a divisão entre uma emissão cultural e uma recreativa e ligeira. No programa ligeiro, a estação reforça a sua componente informativa, acrescentando um noticiário e acertando todos os outros para uma periodicidade horária. No total, a estação tinha agora 17 blocos de informação por dia. Mantinham-se os serviços informativos regionais a partir de Faro, Porto e Coimbra e acentua-se o papel dos centros regionais³⁴⁷.

b | Da rádio com história à rádio com notícias

Com efeito, no amadurecimento da rádio que se verifica durante os anos 60, um dos elementos mais relevantes é o progressivo desenvolvimento de uma linguagem própria. E a informação é o exemplo perfeito do desenvolvimento dessa personalidade.

A EN foi, ao longo da década, dando mais atenção aos seus noticiários, como já foi referido. No entanto, a informação mais destacada era a do RCP, dirigida por Luís Filipe Costa desde o início dos anos 60. O ex-chefe de redação da Agência de Publicidade Artística (APA) desenvolveria no Rádio Clube uma nova linguagem para os noticiários: “dando corpo a uma entidade eminentemente radiofónica, independente quer dos jornais quer das informações escritas” (Cristo, 2005: 35). A rádio afastava-se

³⁴⁵ A emissão do Programa Metropolitano Nacional 1 tinha um carácter informativo e recreativo. A abertura, às 06.30 horas, incluía informações variadas, com especial atenção para os agricultores e para os trabalhadores do mar; o programa da manhã, até às 10.00 incluí músicas ligeiras e alegres (o objetivo do programa é criar um fundo sonoro às tarefas matinais) e pequenos (3 a 4 minutos) blocos de informação de hora a hora. Às 10.00 tinha início um programa para as donas de casa e às 10.30 os programas escolares. Seguiu-se um espaço de música para acompanhar os “operários em trabalho. Música viva, dinâmica, conforme as instruções psicotécnicas”. A hora de almoço, entre as 12.00 e as 14.30 era dominada pela música e programas de variedades; às 13.00, o jornal falado tinha cerca de meia-hora de duração. Até às 17.30, o programa tinha em conta um público feminino variado e incluía música, folhetim, e conteúdos específicos para o público-alvo. Das 17.00 às 18.00 decorria a programação dedicada às crianças, seguida de uma hora para a juventude (Rádio Mocidade, por exemplo). Das 19.00 às 20.00 o objetivo era aliviar a pressão do dia de trabalho, pelo que a música ligeira e cantável dominava a emissão. Das 20.00 às 22.00, a música mantinha o mesmo espírito, e transmitia-se um segundo jornal falado, às 20.30 horas, com duração idêntica à do primeiro. Até à 01.00 hora da manhã, o objectivo era fornecer uma alternativa à televisão, através de um programa recreativo e instrutivo, que incluísse música ligeira, teatro, sketches, mas que não exigisse demasiada atenção dos que se aproximavam do descanso. A informação estava repartida por dois grandes jornais diários e dez pequenos noticiários com uma duração máxima de quatro minutos; a informação especializada (espetáculos, mercados, desporto, meteorologia, etc.) era, preferencialmente, transmitida junto aos noticiários. Os ouvintes do Programa 2 tinham hábitos diferentes: a previsão máxima de ouvintes estava situada entre as 12.00 e as 15.00 e entre as 18.00 e as 21.00 horas. A emissão do Programa 2, de dimensão instrutiva e cultural, decorria entre as 12.00 e a 01.00 hora. A programação era mais exigente, com predomínio da música erudita. Tinha um jornal falado às 21.00 horas (cf. *Noções a observar na concepção e realização de programas*, por José Luís da Silva Dias, Diretor dos Serviços de Programas, novembro de 1963; arquivo da RTP).

³⁴⁶ Cf. *Rádio e Televisão*, de 27 de janeiro de 1968, pp. 4-5.

³⁴⁷ Além do serviço informativo de dez minutos que era transmitido às 19.30, passava a ser transmitido de Faro um programa regional até às 20.00 horas. A essa decisão não terá sido alheia a pressão a que a imprensa dava voz (no Diário Popular, de 31 de dezembro de 1967, um artigo intitulado “Várias sugestões para a criação de programas no emissor de Faro” dava conta da vontade crescente de ouvir uma programação regional). Por outro lado, o emissor de Coimbra, além de manter os espaços regionais que já tinha, passava a produzir duas horas semanais para a emissão nacional.

da até então incontornável leitura de jornais³⁴⁸ e incorporava a velocidade como valor essencial para a informação que transmitia³⁴⁹. O próprio mercado funcionou como um incentivo à mudança. O RCP precisava de publicidade. E, para ter audiências, precisava de ter um produto reconhecido. Algo que se distanciasse do cinzentismo da EN e das propostas da RR.

O Rádio Clube e a EN estavam em polos opostos, relativamente à forma de encarar a informação. Claramente, o RCP tinha conseguido mudar, ficando por isso na história. A EN, pelo contrário, tardava em modernizar o estilo, agarrada à linguagem escrita e aos extensos noticiários³⁵⁰.

Na verdade, a EN estava cerceada à partida. Tanto o controlo, como o autocontrolo, eram muito intensos internamente, e as possibilidades de inovação na estação eram claramente menores do que as que existiam na RR e no RCP, onde todos os dias se continuava a inventar uma rádio diferente.

À época, a censura era transversal às estações de rádio. O regime tinha a rádio debaixo de apertado controlo. Na EN esse papel cabia a órgãos da estrutura, como os anteriormente referidos Conselho de Programas e Conselho de Planeamento de Programas, cujo trabalho se situava a montante da transmissão.

Nada era transmitido sem a prévia aprovação, como recorda Carlos Ventura, locutor da EN a partir do final dos anos 60:

“nós, na Emissora, qualquer texto que fizessemos, desde que fosse escrito, nós não o podíamos ler ao microfone sem passar por uma coisa, que era a censura, no fundo, que se chamava departamento de Programas Literários, eufemisticamente; tudo passava por aí”³⁵¹.

³⁴⁸ Na década de 60, podia ler-se numa das paredes da redação do RCP: “Se o que escreveste pode sair no ‘Diário de Lisboa’, não presta para ser lido ao microfone” (cf. Cultura à espera da rádio. *Público*, de 22 de abril de 1992).

³⁴⁹ Podia ler-se na crítica de rádio assinada por Duarte Ramos no Diário Popular, de 20 de setembro de 1966: “A notícia deve ser dada a conhecer no mais breve espaço de tempo. Esta, aliás a grande ‘arma’ que a rádio ainda possui”.

³⁵⁰ No final da década Jorge Guerra, crítico de rádio da Revista Rádio e Televisão, relatava a sua tentativa de comprovar as “alterações sofridas agora que se fala em ‘aberturas’, no conteúdo e na forma como são apresentados os noticiários e os comentários que por aí se transmitem. (...) Pois bem, da ‘experiência feita nada resultou de positivo. As diferenças entre o presente e o passado não são visíveis, melhor, não são ‘audíveis’. Tudo continua, em matéria radiofónica, a viver na mais pacata indiferença perante os problemas sociais, económicos e políticos da hora presente. (...) Nos noticiários são francamente animadores os sintomas de uma maior síntese e tratamento das notícias. Começa-se a pensar em termos radiofónicos quando se redige uma notícia recebida por telex (...). Nesse aspecto, há que referir, especialmente, os resultados obtidos pelos serviços de noticiários de Rádio Clube Português, sem dúvida, os mais preocupados com o ‘fenómeno’ do tratamento a dar às notícias chegadas por telex. Claro, há falhas. A qualidade é difícil de manter, pois nem todos os noticiaristas estão preparados (...). Há, portanto, dias e horas para ouvir os noticiários que Rádio Clube Português transmite. No que respeita à estação oficial o problema da forma é ainda um caso por solucionar. A síntese parece não ser muito preferida pelos ‘noticiaristas’. A prosa compacta, apenas aligeirada em relação ao que o telex transmite, continua a ser a fórmula usada. (...) Os progressos registados são tão pequenos que quase não se notam. Daí a longa e estafante maratona que constitui sempre o noticiário da noite da E. N.. Daí também o afastamento do ouvinte. Quando é que se compreenderá que a rádio não é o jornal?” (cf. *Rádio e Televisão*, de 21 de dezembro de 1968, p. 15).

³⁵¹ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

Além disso, havia ainda o Gabinete de Análise, a Inspeção e os próprios inspetores externos, que tinham um papel de escrutínio a jusante.

V.6.6 | A NOVA REGULAMENTAÇÃO

A EN precisava, claramente, de uma renovação nos conteúdos. Mas não só. O desajustamento do seu quadro regulatório era tal, que não era fácil perceber quanto tinham crescido os seus recursos humanos. Internamente, sucediam-se atrasos e outros problemas relativamente ao provimento e à promoção do pessoal³⁵². O regulamento de admissão e promoção de pessoal do quadro era datado de janeiro de 1944³⁵³, e havia sido desenvolvido de acordo com uma orgânica que estava revogada desde 1957. As omissões implicadas pela manutenção do artigo 33º do Decreto n.º 48.485, em conjunto com a legislação em vigor, causavam atrasos e diversas complicações, que só viriam a ser resolvidas em 1966, com o Decreto n.º 46.927. Na verdade, nesta altura, era possível entrar para a emissora ao abrigo de vários artigos, o que resultava em tipos diferentes de relação com a estação. Perante esta situação, os serviços da EN tinham alguma dificuldade em elaborar uma lista de pessoal, dada a diversidade de situações jurídicas existentes³⁵⁴.

Depois das alterações à lei orgânica efectuadas em 1965³⁵⁵, é publicado no ano seguinte o novo Regulamento da Emissora Nacional (Decreto n.º 46.927³⁵⁶). Mantém-se a livre escolha do Governo relativamente aos cargos de topo. Mantém-se a possibilidade de contratar pessoal sem concurso em situações de emergência e clarifica-se que, além da necessária boa condição física, também é condição para a admissão nos concursos da EN a integração na ordem social e o repúdio ativo do comunismo. Mantém-se as funções do Conselho de Programas, mas registam-se alterações na Análise de Programas e na Inspeção. A Análise de Programas junta-se ao Gabinete de Relações Públicas e a Inspeção junta às suas atribuições a recolha “de informações prestadas pelas pessoas incumbidas de se pronunciarem sobre os programas emitidos, nos termos da parte final do artigo 28.º³⁵⁷, do Decreto-Lei n.º 41.484. Um

³⁵² Cf. *Elementos para o relatório de 1962*; arquivo da RTP.

³⁵³ Cf. Decreto n.º 33.492, de 7 de janeiro de 1944.

³⁵⁴ Cf. Documento interno da EN posterior a 1965, mas sem data identificável; arquivo da RTP).

³⁵⁵ O Decreto-Lei n.º 46.736, de 11 de dezembro de 1965, altera alguns artigos da Lei Orgânica da EN (Decreto-Lei n.º 41.484, de 30 de dezembro de 1957.).

³⁵⁶ O Decreto 46.927, de 30 de março de 1966 revoga os Decretos n.º 33.942, n.º 41.485 e n.º 41.452.

³⁵⁷ O artigo 28.º refere-se à remuneração dos informadores de programas e noticiários da EN e de programas de rádios estrangeiras.

ano depois, seria ainda publicado o Decreto-Lei n.º 49.321, que regulava algumas disposições da lei orgânica da Emissora³⁵⁸.

As mudanças regulatórias não implicaram apenas a organização interna da EN. Em 16 de maio de 1968, têm início uma série de reuniões entre representantes de vários organismos, como o Ministério do Ultramar, a Presidência do Conselho, a EN ou os CTT, com vista à criação de um Instituto Nacional de Radiodifusão³⁵⁹. O que o relatório final dessas reuniões nos mostra é a forma como o poder entendia o papel dos *media*: a rádio e a televisão eram vistas como instrumentos na mentalização das grandes massas, na defesa nacional e no combate às emissões contrárias ao regime. A eles cabia a imposição de um “critério uniforme de culturação”, e a divulgação de uma única imagem da realidade previamente estabelecida³⁶⁰.

Essa entidade é criada, e a partir de janeiro de 1969, o Conselho Nacional de Radiodifusão (CNR) passou a ser uma das várias estruturas da Secretaria de Estado da Informação e Turismo (SEIT) que tutelava a EN e as rádios particulares relativamente às matérias de informação, programação e publicidade³⁶¹. O CNR tinha como missão pronunciar-se sobre as atividades e o funcionamento da radiodifusão sonora e visual³⁶².

A década de 60 está a terminar. Com o afastamento de Salazar, Marcello Caetano assume a presidência do Conselho de Ministros. Caetano tinha uma preferência pelo RCP, ao contrário de Salazar que, assumidamente, se aproximava mais da EN (Serejo, 2001). Embora Caetano não mude a cúpula da estação oficial, irá nomear para a direção dos programas um homem da sua confiança. É sob a direção de Carlos Silva Gonçalves, que a estação passa a emitir 24 horas por dia para a metrópole, através de Lisboa 1, em 1969 (Serejo, 2001).

³⁵⁸ Este decreto, datado de 27 de outubro de 1969 refere-se a disposições dos Decretos-Lei n.º 47.736 e n.º 49.272.

³⁵⁹ Cf. *Actas das reuniões*; arquivo da RTP.

³⁶⁰ No ponto 5 do relatório (arquivo da RTP), relativo à Formação, Informação e Propaganda podia ler-se na sua primeira alínea que “Deveria colocar-se cada vez mais em lugar relevante a preocupação de, através da radiodifusão (Sonora e por Televisão), formar uma corrente de opinião, uma mentalidade, uma superior visão dos acontecimentos nacionais e internacionais. (...) As recentes ‘guerras frias e a ‘guerra de nervos’ têm de ser combatidas e neutralizadas com o único processo válido: uma informação adequada e eficiente que denuncie a mentira e esclareça as massas precipitadamente arrebatadas para um ponto de vista erróneo. (...) deveriam elaborar-se periodicamente esquemas de programas com a única finalidade de contrapropaganda. (...) haveria toda a conveniência em irradiar além-fronteiras, sobretudo nos países mais influentes, numerosos programas capazes de fazer luz sobre problemas capciosamente obscurecidos e deturpados”. Na sua segunda alínea, o texto referia a necessidade de toda a informação “obedecer a uma séria coordenação que não favorecesse o clima de dúvida e não permitisse a mínima confusão em qualquer aspecto ou acontecimento da vida nacional. Ocorrências verificadas nos mais diversos pontos do território nacional deveriam ser primeiramente analisadas, julgadas e comentadas em nível apropriado, só daí irradiando uma opinião – a única válida para todo o espaço português”. Na terceira alínea era assumida necessidade de dever dar “rigorosas directrizes à Censura a fim de impedir a difusão de programas radiofónicos, sonoros ou por televisão, que pela sua índole possam provocar sentimentos ou estados emotivos que venham a refletir-se quer na opinião pública da Nação, tanto sob o ponto de vista político como moral. Por exemplo, a imagem acompanhando cenas de guerra, desacato ou alteração da ordem pública torna-as muito mais prejudiciais junto dos ouvintes do que se forem referidas como simples notícias”.

³⁶¹ Cf. Decreto-Lei n.º 48.686, de 15 de novembro de 1968 e Decreto-Lei n.º 48.619 de 10 de outubro de 1968.

³⁶² Cf. Decreto-Lei n.º 46.686, de 15 de novembro de 1968.

VI | A RADIODIFUSÃO PORTUGUESA

Depois do retardamento de uma inevitável mudança que caracterizou os primeiros anos da década de 70, a revolução coloca um ponto final na estagnação da EN. Porém, não termina com a sua instrumentalização política. A Radiodifusão Portuguesa nasce após a turbulência dos primeiros anos da democracia. Pela primeira vez no nosso país fala-se em serviço público na radiodifusão. Porém, as peculiares condições da nacionalização da rádio deram origem a um organismo que demorará anos a encontrar estabilidade e organização. A própria implementação dos princípios de serviço público não foi imediata, mas sim paulatina, num processo paralelo ao amadurecimento da democracia portuguesa. Será, precisamente, depois de atingida essa estabilidade que a RDP será inserida num processo de reestruturação do sector audiovisual público.

VI.1 | A DÉCADA DE 70: OS ANOS TURBULENTOS DO NASCIMENTO DA RDP

VI.1.1 | O RETARDAMENTO DA INEVITÁVEL MUDANÇA

Exonerado da Presidência do Conselho desde setembro de 1968, Salazar morre em julho de 1970. Na primeira página do *Diário de Lisboa* podia ler-se que

“Com a morte do Presidente Salazar encerra-se um período da vida nacional. Pode dizer-se que foram quarenta anos em que a sua forte personalidade impôs ao País um estilo próprio, um estilo de pensamento e acção de que ficará sinal profundo e prolongado que os historiadores, passadas que forem as paixões do tempo, terão de julgar com serenidade impossível nesta hora de emotividade”³⁶³.

Assim começava a década do princípio de todas as mudanças: no país e na sua emissora estatal. Era a rápida desagregação do marcelismo que principiava, em 1970 e 1971, a par com o agravamento do clima social e da situação económica trazidos pela subida da inflação (Rosas, 1994).

³⁶³ Cf *Diário de Lisboa*, de 27 de julho de 1970.

Sollari Allegro pede à tutela para sair da EN e subitamente regressa à Junta de Crédito Público. Segundo Serejo (2001), havia quem dissesse que a principal tarefa de Carlos Silva Gonçalves na EN tinha sido o afastamento de Allegro, muito embora não haja sustentação sólida para o rumor. Sollari deixa como principais legados a criação dos serviços médico-sociais da Emissora, os emissores da Guiné e de São Tomé e a aquisição dos novos emissores de OC (Serejo, 2001). A 18 de maio de 1970, Clemente Rogeiro regressa à EN, onde havia dirigido os Serviços Administrativos e Financeiros entre 1958 e 1969, desta feita como diretor da estação. Rogeiro abandonara a EN para ir ocupar o lugar de Director Geral da Informação. Estava conotado “com o chamado grupo da ‘Choupana’, o restaurante de S. João do Estoril onde, habitualmente, se reuniam os críticos do regime de Salazar, afectos a Marcelo Caetano” (Serejo, 2001:71). A análise dos discursos permite-nos uma imagem clara da forma como os *media* se haviam recolocado no quotidiano. Clemente Rogeiro sabia que os espectadores da televisão, em breve seriam em maior número que os ouvintes da rádio e, sobretudo, que os hábitos tinham mudado, com a desterritorialização da escuta: “a televisão vê-se em família; a audição da rádio é solitária, sobretudo com a divulgação dos pequenos receptores, que se levam facilmente para qualquer lado”³⁶⁴.

Apesar de alguns ajustes, o alinhamento ideológico da rádio pública, não mudaria nos primeiros anos. Geraldos Cardoso, o novo Diretor Geral da Informação, inspirava-se no pensamento de Marcello Caetano acerca da opinião pública, para vincar a

“necessidade absoluta de informar, de trazer à Imprensa, à Rádio, à Televisão e às Agências, a notícia exacta, que dê conta do pensamento do Governo e dos seus propósitos. Sem se substituírem, naturalmente, à crítica que aquele pensamento mereça, os órgãos oficiais da informação contribuirão para que essa crítica seja útil, na medida em que poderá basear-se sobre documentos correctos e de que se conhece a origem”³⁶⁵.

Clemente Rogeiro considerava que a rádio oficial estava muito longe de cumprir o que a legislação definia como sendo os seus objetivos. Ao fim de alguns meses à frente da rádio estatal, Rogeiro defendia uma estrutura menos rígida que permitisse fazer mais e melhor na emissora e, claramente, pretendia alterações: “estamos, actualmente, na E.N. numa fase que não é cómoda nem agradável mas

³⁶⁴ Cf. *Novidades*, de 19 de maio de 1970, pp. 1 e 4.

³⁶⁵ Cf. *Diário de Notícias*, de 19 de maio de 1970.

me parece necessária: repensar muitos problemas, desmanchar certos mecanismos para melhor os observar interiormente”³⁶⁶.

A cobrança de taxas e o Centro de Preparação de Artistas eram alguns dos assuntos que Rogeiro tinha em cima da mesa para avaliação, bem como a construção de uma nova sede e de um novo edifício para o emissor regional do norte. Nesta altura, cerca de 83% do financiamento da rádio oficial era feito através de receitas provenientes das taxas de radiodifusão sonora. Há mais de dez anos que a emissora não recebia subsídios estatais e a extinção das dívidas resultantes dos vários empréstimos contraídos desde 1940 estava prevista já para 1975³⁶⁷.

A informação tinha ganho espaço na emissão oficial. Havia boletins quase a todas as horas³⁶⁸. O acompanhamento das notícias internacionais era feito com o recurso a quatro correspondentes no estrangeiro, nomeadamente, em Madrid, Paris, Roma e Nova Iorque. O que esses correspondentes garantiam à informação da EN, era a existência de notícias não eivadas de valores ideológicos opostos aos do Estado português. O objetivo era diminuir a dependência das agências internacionais. No sector informativo da emissora oficial, havia mesmo a convicção de que os correspondentes poderiam ser um braço longo da estação no combate à informação que da Europa de leste e da Ásia provinha:

“pois não se duvida de que nestas regiões se situem as fontes de todos os conluios contra a nossa presença em África. (...) O importante era que dispuséssemos de postos de observação e de recolha de informação na periferia desses países. (...) Penso que os correspondentes poderiam ser uma via de nos lançarmos no contra-ataque”³⁶⁹.

A rádio do início da década de 70 era uma rádio virada para o entretenimento. Os programas de humor, teatro e música (ligeira) eram os preferidos³⁷⁰. A tradição dos espetáculos de variedades promovidos pela estação mantinha-se. Na programação musical destacava-se agora o “Cantando me Entendes”, que estava no ar desde março de 1969. Era um programa escrito por Varela Gomes, onde

³⁶⁶ Cf. ROCHA, N. 1971. Entrevista a Clemente Rogeiro. Diário Popular, de 8 de janeiro de 1971, pp. 26-27.

³⁶⁷ Cf. ROCHA, N. 1971. Entrevista a Clemente Rogeiro. Diário Popular, de 8 de janeiro de 1971, pp. 26-27.

³⁶⁸ Tanto no 1º como no 2º programa e em OC e OM havia noticiários quase de hora a hora, e o princípio defendido pela direção era o de que a notícia não tinha hora para surgir (cf. ROCHA, N. 1971. Entrevista a Clemente Rogeiro. Diário Popular de 8 de janeiro de 1971, pp. 26-27.). Os principais momentos informativos do Programa 1 da EN eram o jornal das 08.00 horas, as duas edições do “Diário Sonoro”, às 13.00 e às 20.00 horas e o “Último Jornal”, que era transmitido à 01.00 hora. Além destes, havia rubricas informativas com bastante destaque, como a relativa ao “Movimento dos Aviões”, o “Cartaz de espetáculos”, a “Informação da Bolsa” e a “Vida Religiosa”. No programa para o Ultramar, os blocos noticiosos mais importantes eram o “Diário Sonoro” das 13.00 horas, que era transmitido para São Tomé, Príncipe, Angola, Moçambique, Macau e Timor; o das 15.00 horas, para Cabo Verde e Guiné e o das 21.00 horas para São Tomé, Príncipe, Angola e Moçambique.

³⁶⁹ Cf. *Boletim nº 1 da Divisão de Programação da Emissora Nacional de Radiodifusão*, primeiro trimestre de 1970, p. 9.

³⁷⁰ Cf. CASTANHEIRA, M., D’ASSUMPÇÃO, B. 1972. Relatório interno. Emissora Nacional; arquivo da RTP.

atores e cançonetistas em início de carreira contracenavam com nomes consagrados do espetáculo. A música ligeira lá estava, primordialmente, a portuguesa. Os "Jogos Florais" tinham regressado e o "Natal dos Hospitais" era uma presença assídua em antena desde a década de 60. O teatro surgia em rubricas como "Teatro dos nossos dias", "Noite de Teatro" e um espaço dedicado à crítica de espetáculos. Os folhetins estavam em antena, em 1970, com a reposição de "A Roça" (cuja ação se passava numa roça em São Tomé). O desporto tinha ganho peso internamente e agora existia uma secção especializada dentro dos programas, com uma maior presença na antena. Os grandes sucessos, em 1970, são a domingueira "Tarde desportiva", que acompanha o futebol nacional, a cobertura da Volta a Portugal em Bicicleta e a divulgação dos resultados do Totobola³⁷¹.

A par com os conteúdos ligeiros, mantinham-se os espaços com maior carga ideológica. Sobre a situação no Ultramar existiam na programação espaços como "Ideias e factos", um "breve ideário a cargo do Gabinete de Negócios Políticos do Ministério do Ultramar"³⁷², em que eram tratados, diariamente, para a OC e a OM, assuntos da política colonial; e "Cartas da Brasileira do Chiado", uma palestra de Ayala Monteiro, transmitida apenas em OC, e que visava o "esclarecimento político dos portugueses do Ultramar"³⁷³. Mantinha-se, também, a nota do dia "com a regularidade que a importância dos eventos vai impondo e justificando"³⁷⁴.

Nesta altura, e aproveitando a anunciada "abertura" marcelista, a EN, pela mão do seu diretor de programas, Alberto Represas, apresenta no início da década, alguns espaços informativos que, apesar dos apertados limites, fugiam ao figurino da restante informação da estação: são os casos do "Momento 71" e da "Mesa Redonda Internacional" (Serejo, 2001). Mas não havia dúvidas, o espaço para a experimentação que existia no RCP, ou na RR, não tinha lugar na EN, apesar de haver na estação oficial um grupo de profissionais de uma geração mais recente (entrado em finais da década de 60), que estava atento ao que se fazia no estrangeiro e às experiências que se faziam por cá.

"A máquina estava em andamento, nós entrávamos na máquina, sabíamos os limites, estava tudo muito bem definido, nós sabíamos até onde é que poderíamos ir (...), os limites e as fronteiras estavam perfeitamente definidos"³⁷⁵.

³⁷¹ Os espaços de desporto na EN eram: ao domingo a "Rádio Desporto" (1ª e 2ª emissão) o "Domingo Desportivo" e a "Tarde Desportiva"; à segunda-feira a emissão especial do "Rádio Desporto"; de terça a sexta-feira, a "Ronda Desportiva"; e, ao sábado, "Educação Física, Pensamento e Ação" e "Revista Desportiva". Os regionais transmitiam, a partir do Emissor do Norte, a "Semana Desportiva", aos sábados, e a "Informação Desportiva" aos domingos; a partir de Coimbra, o "Desporto Regional" ao final da tarde de segunda-feira; a partir do Emissor do Sul, o "Desporto no Algarve"; e, a partir dos Açores, o "Desporto nos Açores" (cf. *Boletim da Divisão de Programação da Emissora Nacional de Radiodifusão*, primeiro trimestre de 1970).

³⁷² Cf. *Boletim da Divisão de Programação da Emissora Nacional de Radiodifusão*, primeiro trimestre de 1970, p. 36.

³⁷³ Cf. *Boletim da Divisão de Programação da Emissora Nacional de Radiodifusão*, primeiro trimestre de 1970, p. 37.

³⁷⁴ Cf. *Boletim da Divisão de Programação da Emissora Nacional de Radiodifusão*, primeiro trimestre de 1970, p. 6.

³⁷⁵ Entrevista de Carlos Ventura realizada em 15 de janeiro de 2010.

Porém, anos e anos de um teimoso afastamento da cultura popular internacional e de valores democráticos, em favor de um cinzentismo cada vez mais gritante, tinham deixado marcas no auditório. Os ouvintes estavam cansados. A rádio precisava de se reinventar³⁷⁶. Uma pesquisa feita ao auditório da EN revelava isso mesmo:

“Na generalidade há um desinteresse acentuado pelos programas falados, que não sejam do tipo informativo, sendo a música ligeira, em todos os critérios ventilados, o tipo de programa que interessa a todas as horas. (...) parece estarmos perante um auditório mentalizado por dezenas de anos de programação semelhante nos mesmos dias e às mesmas horas, sendo muito raras as exceções”³⁷⁷.

De facto, não faltaria muito para que se tornassem visíveis as perdas de ouvintes da EN em relação ao RCP e à RR. O inquérito de 1972/1973 apontava as maiores perdas no Programa 1 da EN, e ganhos mínimos no canal erudito. A RR era a estação que mais subia nesta altura. A estação oficial estava a perder ouvintes em todas as regiões do país, com exceção das insulares, e o relatório era muito incisivo na análise da situação:

“a posição da E.N. está, pois, em declínio frente à R.R. perdendo audiências onde, até então, obtinha francas maiorias. Se essas zonas são servidas, em condições suficientes e até muito boas, como é o caso do Algarve, pelos seus Regionais, é na programação transmitida por estes que se deve procurar a deficiência, uma vez que no período [Abril de 1972 a Abril de 1973] a programação do emissor para onde ‘fugiram’ os ouvintes ainda não tinha sofrido alterações que justificassem essa fuga”³⁷⁸.

³⁷⁶ Mais do que essa ideia de cristalização, Sérgio Melides que escrevia sobre rádio n’A Capital, sublinhava a falta de imaginação: “A lei vigente neste campo de comunicações continua a ser a do menor esforço: música-anúncios-piadas-notícias. Há programas que conseguem manter a mesma linha anos seguidos, como se nada de novo acontecesse à sua volta, como se a expressão Rádio fosse imutável... Outros programas variam constantemente a sua estrutura, à procura (desesperada) de uma certa coerência ou de novas fórmulas milagrosas (...) Uns e outros refletem uma certa crise de criação-imaginação que vai minando a Rádio portuguesa” (cf. *A Capital*, de 29 de dezembro de 1972).

³⁷⁷ Cf. Relatório do inquérito feito ao auditório da EN em 1969, p. 60; arquivo da RTP.

³⁷⁸ Cf. *Inquérito do Serviço de Inspeção / Análise de Programas aos Ouvintes de Rádio da ENR Abril de 1972 a Abril de 1973*, p. 10; arquivo da RTP.

Desse relatório, extraem-se dados importantes acerca das características da escuta à época: por um lado, aumentava o interesse geral pelos discos pedidos, pelos “Programa da Manhã” e “Convívio” da EN e pelos programas de divulgação científica e literária. Por outro, decrescia o interesse pelos noticiários, pelo folhetim da EN, pelo folclore, pelo fado e pela música ligeira portuguesa. Não só a pouca isenção da informação oficial parecia ter os seus custos, como a sofisticação da revolução cultural que do estrangeiro se escutava parecia ter um apelo maior do que a tradição e o nacional cançonetismo.

VI.1.2 | A EN ANTES DO 25 DE ABRIL

As estimativas apontavam para mais de dois milhões e meio de recetores no país, o que significava, praticamente, o dobro das licenças existentes. A maioria destes aparelhos concentrava-se no Porto, em Lisboa e no litoral norte. Em regra, só tinham recetores de FM as classes mais altas³⁷⁹. Nas estações mais pequenas, os fracos recursos limitavam a sofisticação das emissões. À época, existiam oito estações de rádio em Portugal continental. Além da EN, funcionavam o RCP, a RR, os Emissores Associados de Lisboa (EAL) e o Emissor do Norte Reunido (ENR), a Rádio Ribatejo, a Rádio Altitude e a Rádio Alto Douro. Nos Açores, funcionavam o Clube Asas do Atlântico e o Rádio Clube de Angra (para além do emissor das tropas norte-americanas e da EN). Na Madeira, além da estação oficial, transmitiam o Posto Emissor de Radiodifusão do Funchal e a Rádio Madeira³⁸⁰.

Não havia nesta altura um programa que atingisse toda a comunidade portuguesa espalhada pelo mundo, embora fosse convicção dos técnicos da EN de que existiam estruturas que permitiam fazê-lo sem grandes problemas. Efetivamente, muito se havia desenvolvido a EN, sobretudo na cobertura do território continental³⁸¹. Ao nível da OM, em 1971, o Programa 1 da emissora era servido pelas estações de Valença, Chaves, Bragança, Mirandela, Miranda do Douro, Vila Real, Norte I, Porto (cidade), Viseu, Guarda, Coimbra, Covilhã, Castelo Branco, Portalegre, Elvas, Lisboa I e Faro. Restavam algumas zonas no interior norte e centro sem cobertura, e um pequeno enclave entre o Alentejo e o Algarve. O Programa 2 era difundido pelos emissores de Porto II e Lisboa II, o que lhe permitia uma cobertura do litoral oeste, e do centro sul, sensivelmente entre o baixo Alentejo e Castelo Branco.

³⁷⁹ Cf. *Inquérito do Serviço de Inspeção / Análise de Programas aos Ouvintes de Rádio da ENR Abril de 1972 a Abril de 1973*; arquivo da RTP.

³⁸⁰ Além destas estações, existiam no Ultramar as seguintes: o Rádio Clube de Cabo Verde, a Rádio Barlavento, o Rádio Clube do Mindelo (em Cabo Verde); a Emissora Oficial da Guiné (na Guiné); a própria EN (em São Tomé); a Emissora Oficial de Angola e 18 rádio-clubes locais (em Angola); o Rádio Clube de Moçambique e três rádio-clubes locais (em Moçambique); a Emissora de Radiodifusão de Macau e a Emissora Vila Verde (em Macau) e a Emissora de Radiodifusão de Timor (em Timor) (cf. o recenseamento feito por CASTANHEIRA, M., D’ASSUMPÇÃO, B. 1972. Relatório interno. Emissora Nacional; arquivo da RTP).

³⁸¹ Cf. *Cobertura radiofónica de Portugal Continental (Onda Média) em junho de 1971*; arquivo da RTP.

Porém, apesar do desenvolvimento da cobertura nacional da EN, muito havia ainda a fazer. A cobertura em OM e FM era uma meta a atingir³⁸². A EN tinha esse objetivo em cima da mesa e tentava articulá-lo com as tendências de regionalização de programas que lá fora se sentiam³⁸³. Para preparar essa descentralização, a EN encomenda um estudo interno sobre as condições de desenvolvimento das suas estruturas. A emissora estava sensibilizada para a necessidade de estimular a separação temporária dos emissores regionais e de desenvolver a produção local de emissões. Os emissores da Guarda, Covilhã e Viseu, onde já existiam pequenos estúdios, eram boas opções para iniciar a experiência.

Ao mesmo tempo tornava-se evidente a necessidade de estimular a utilização da FM nos ouvintes³⁸⁴, dada a sua ainda fraca penetração. Até à data, a programação da emissora em FM era limitada, uma vez que a direção considerava escassos, tanto os recetores existentes no auditório, como os discos disponíveis³⁸⁵. Naturalmente, também aqui, a EN perdia um segmento de público com interesses musicais mais elaborados, que se ligava às estações privadas.

A atenção ultramarina da EN mantinha-se. Em 1972, o sector técnico da EN faz visitas às províncias de África para se inteirar da situação existente e dos potenciais problemas que o desenvolvimento da televisão estaria para trazer, em breve, às estruturas existentes. Desde logo, constatava-se que a cobrança das taxas era um enorme problema, uma vez que a mobilidade permitida pelo moderno transístor e a dificuldade em localizar os seus donos complicavam a tarefa. Mas, além disso, havia que melhorar as condições de difusão da mensagem oriunda da metrópole. É nesse sentido que é realizado um estudo para a cobertura da zona norte de Moçambique em OM³⁸⁶. Essa era uma zona que tinha duas grandes dificuldades que encareciam sobremaneira o investimento: havia grandes dificuldades de propagação a este tipo de ondas, bem como uma barreira resultante da diversidade linguística existente na região. É nesse mesmo ano, em 1972, que é criado o emissor regional da Guiné. Noutro canto do mundo, a EN aumentava o seu alcance com a inauguração de um novo centro emissor em Timor³⁸⁷. Este emissor, situado no alto da Marabia, iria permitir à Radiodifusão de Timor chegar também a algumas zonas da Austrália, Japão, Indonésia e Macau e, em FM, cobrir as cidades de Ataúro, Maubara e Dili.

³⁸² A inauguração de emissores continuava. Em 1973 é inaugurado o novo emissor de 10 kw no Algarve, para substituição do (de 1 kw) que existia no Emissor Regional do Sul. Um pouco antes havia sido inaugurado o emissor de FM de São Miguel e, em breve, aconteceria o mesmo com o de Monchique (cf. *Diário de Notícias* de 2 de agosto de 1973, pp. 1 e 7).

³⁸³ Nomeadamente, em Inglaterra, na Alemanha ou na França.

³⁸⁴ Cf. CASTANHEIRA, M., D'ASSUMPÇÃO, B. 1972. Relatório interno. Emissora Nacional; arquivo da RTP.

³⁸⁵ Cf. ROCHA, N. 1971. Entrevista a Clemente Rogeiro. *Diário Popular* de 8 de janeiro de 1971, pp. 26-27.

³⁸⁶ Cf. Relatório dos Serviços Técnicos datado de abril de 1972; arquivo da RTP.

³⁸⁷ A EN tinha no território timorense apenas um emissor de 1 kw e, com esta inauguração, passaria a ter mais um de 10 kw e um de 250 Watts para FM (cf. Novo Centro Emissor da Emissora de Radiodifusão de Timor. *Época*, de 4 de outubro de 1972).

Numa aparente calma, ao assinalar mais um aniversário, em agosto de 1973, a EN coloca ao serviço uma nova central horária. A precisão do sinal horário³⁸⁸ da emissora sempre foi importante. Esta nova central era, pela primeira vez, inteiramente electrónica, pelo que não estava sujeita a entraves mecânicos e recebia o seu preciso sinal de uma estação inglesa.

Eis que chega abril de 1974.

VI.1.3 | A RÁDIO LIBERDADE

À EN não coube qualquer papel no movimento da revolução. Aliás, a estação oficial nunca foi opção para qualquer protagonismo, uma vez que a sua inequívoca posição pró-regime poderia levar a mal-entendidos. No entanto, a EN estaria presente nos outros momentos marcantes do PREC (Período Revolucionário Em Curso³⁸⁹).

Duas senhas foram transmitidas, uma na emissão da RR, e a outra no programa dos EAL. A partir da madrugada do dia 25, seguiram-se os comunicados do Movimento das Forças Armadas (MFA) aos microfones do RCP, que havia sido ocupado e transformado em posto de comando. Mas, centremo-nos, na EN.

A estação é ocupada na madrugada do dia 25, cerca das três horas. Um grupo, que havia sido formado por Oliveira Pimentel e Frederico Morais, no Campo de Tiro da Serra da Carregueira toma a estação oficial. "Daqui maior de Lima Dezoito. Informo ocupámos Tóquio sem qualquer incidente", comunicaria Morais para o Posto de Comando, a partir das instalações do Quelhas (Centro de Documentação 25 de Abril, 1996). A estação é ocupada, mas não se verifica qualquer alteração na programação (Serejo, 2001). É que, entretanto, a emissão havia passado dos estúdios do Quelhas para os de S. Marçal e os próprios militares, que ocupavam o edifício do Quelhas, não terão prontamente percebido a origem e a forma de interromper a emissão³⁹⁰. O corte do programa só será feito ao início da manhã³⁹¹. Mas, antes do corte da emissão foi ainda lido um comunicado do MFA pelo locutor de serviço, Eduardo Fidalgo, que entretanto, entrara ao serviço³⁹². A estação é, finalmente, silenciada pelos militares. É bastante credível a hipótese de ter existido, ainda, um segundo corte, originado pelo

³⁸⁸ O emblemático sinal horário da EN era constituído por quatro traços de um segundo, seguidos de um traço com apenas um décimo, espaçados por cinco segundos.

³⁸⁹ Designação atribuída ao período compreendido entre a revolução de abril e a constituição de abril de 1976, tendo no 25 de novembro de 1975 o culminar do período de tensão que vinha crescendo.

³⁹⁰ Segundo relato de Eduardo Fidalgo, em entrevista realizada em 12 de janeiro de 2010 (Fidalgo, locutor da EN, entrou ao serviço cerca das 07.00 da manhã do dia 25 de abril).

³⁹¹ Às 07.52 horas, segundo a cronologia do Centro de Documentação 25 de Abril (1996); depois das 08.30 horas, segundo Serejo (2001)

³⁹² Segundo relato de Eduardo Fidalgo, em entrevista realizada em 12 de janeiro de 2010

lado afeto ao regime que soçobrava. Uma ordem terá sido dada, de dentro da emissora, no sentido de cortar o cabo subterrâneo que levava a emissão do Quêlhas para os emissores, numa das estações que o permitiam, na Avenida D. Carlos³⁹³. E essa terá sido a razão da (nem sempre explicada) demora na retoma da emissão, que sucedeu ao final do dia³⁹⁴. À noite, seria lida a proclamação do Movimento (Serejo, 2001). Durante este período, a emissão para fora da metrópole continuou sempre o seu normal curso, uma vez que era transmitida a partir de S. Marçal³⁹⁵.

Após o regresso da emissão à EN, o momento é de algum desnorte interno³⁹⁶, mas é também, de uma abertura e liberdade sem precedentes, ao nível do que se transmitia. À discoteca da EN vão-se buscar discos esquecidos. Limpa-se o giz que inutilizava as faixas censuradas. Os militares davam carta-branca aos locutores. E isto duraria até ao início da manhã do dia 26, altura em que, por momentos, a orientação da emissão retrocede dois dias. Foram indicações da coordenação de programas, que ainda estava em funções, que surgiram como se nada tivesse acontecido no dia 25³⁹⁷. Porém, rapidamente, os militares colocam termo a esta orientação³⁹⁸. De facto, como realça Serejo (2001), os dias imediatos ao 25 de abril foram de alguma confusão, uma vez que os diretores, embora sem poder efetivo, continuavam em funções. E assim seria, até que a comissão *ad-hoc*, que havia entrado para dirigir a estação, suspende os cargos de topo da emissora (Serejo, 2001). Imediatamente a filiação partidária e ideológica começaram a justificar perseguições internas³⁹⁹.

A EN, tal como a RR, viveu os seus tempos mais conturbados logo entre a revolução de abril e o 25 de novembro de 1975, tal como é explicado por Serejo:

“foi mais de um ano e meio de permanente crise, em que os ideais de liberdade anunciados pela Revolução dos Cravos ameaçaram dissolver-se numa mera substituição de uma ditadura decadente por uma outra de sinal contrário, mas de contornos mais rígidos” (2001: 75).

³⁹³ Segundo relato de Carlos Ventura, em entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

³⁹⁴ Carlos Ventura, um dos dois locutores presentes no reinício da emissão situa o final da interrupção nas 18 horas. Serejo (2001), refere a retoma da emissão às 21.00 horas.

³⁹⁵ Uma descrição pormenorizada dos acontecimentos na EN durante este período pode ser encontrada no trabalho de Serejo (2001).

³⁹⁶ Uma história exemplificativa é relatada por Carlos Ventura (entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010): “o capitão que comandava a força que estava a ocupar a emissora disse-nos: a partir deste momento, vocês fazem aquilo que entendem que devem fazer. Foi assim. Inclusivamente, há uma situação engraçada com os noticiários. Nessa noite, de 25 para 26, começam a aparecer os noticiaristas, como naquele tempo se dizia, e então eles aparecem, e dentro da tradição que existia, começam por ir a quem manda. Quem é que manda? É o capitão. Chegam ao capitão e dizem-lhe: senhor Capitão, eu sou noticiarista e venho fazer o noticiário das tantas horas. (...) E o que é que eu faço, pergunta o jornalista. E ele (o capitão) diz, então mas o senhor está a perguntar-me a mim? Eu só sei de guerra”

³⁹⁷ Conforme relato de Carlos Ventura (entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010).

³⁹⁸ Conforme relato de Carlos Ventura (entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010).

³⁹⁹ Segundo relato de Eduardo Fidalgo, em entrevista realizada em 12 de janeiro de 2010.

VI.1.4 | AS DIREÇÕES MILITARES

A 28 de abril entra em funções na EN uma comissão *ad-hoc* constituída pelo Major Delfim Moura⁴⁰⁰, e pelos Capitães José Azevedo e Carlos Moura. E, praticamente, até ao final da década, haverá uma intensa rotação nos cargos diretivos, a par com uma forte instabilidade vivida pelos trabalhadores. Sob a dependência dessa comissão *ad-hoc* é constituído um grupo de trabalho que incluía pessoas de fora da emissora com experiência radiofónica e outras sem qualquer ligação ao meio (Serejo, 2001)⁴⁰¹. Essa comissão civil imediatamente começou a coordenar a orientação da emissão da EN; os responsáveis imediatos pela programação foram, pois, o major Delfim Moura e Álvaro Belo Marques⁴⁰².

À época, o mais importante era o corte simbólico e efetivo com o passado. Independentemente do caminho a tomar, houve momentos em que o que interessava era vincar a distância relativa ao que estava para trás⁴⁰³.

Entretanto, a comissão *ad-hoc* termina as suas funções e, a partir de 29 de maio de 1974, a direção da EN é entregue ao Tenente-coronel José Calvão Borges, ficando a direção do Serviço de Programas, primeiro a cargo de Delfim Moura e, após o dia 2 de janeiro de 1975, a cargo do Tenente-coronel Raul Martins⁴⁰⁴.

Dentro da EN, como noutros meios de comunicação, sucediam-se as pressões de grupos afetos a várias fações ideológicas, tentando controlar a orientação da empresa. As convulsões internas eram constantes em todo o sector. Calvão Borges pediria a demissão do cargo logo em fevereiro, “em consequência de atitudes extremistas tomadas por alguns trabalhadores e de um processo reivindicativo desencadeado no Emissor Regional do Norte”⁴⁰⁵. O pedido de demissão da comissão administrativa provocou um movimento de apoio por parte de centenas de trabalhadores da EN⁴⁰⁶.

⁴⁰⁰ Segundo Serejo, o major Delfim Moura, embora fosse um especialista em engenharia electrotécnica tornou-se “estratega da área da programação, onde viria a traçar uma linha de orientação no mínimo polémica, e geradora dos numerosos conflitos profissionais e ideológicos que alastraram internamente” (2001: 77).

⁴⁰¹ O grupo, que era liderado por Álvaro Belo Marques, incluía Jaime Gama (que dirigia os noticiários) José Jorge Letria, João Paulo Guerra ou José Júdice, entre outros (Serejo, 2001).

⁴⁰² Cf. Uma nova madrugada. *Diário de Lisboa*, de 5 de setembro de 1974.

⁴⁰³ Isso ressalta de alguns textos na imprensa, onde era evidente uma visão maniqueísta deste momento. Ao noticiar a nova emissão da madrugada na estação, o *Diário de Lisboa* enaltecia a renovação estética e de processos de trabalho que se vivia na estação e cindia os tempos entre o bom da nova programação e o mau que ainda não havia sido retirado (cf. Uma nova madrugada. *Diário de Lisboa*, de 5 de setembro de 1974).

⁴⁰⁴ Cf. Documento interno relativo à composição das comissões administrativas na EN; arquivo da RTP.

⁴⁰⁵ Cf. Trabalhadores da EN solidários com a direcção demissionária desde fevereiro. *Diário de Notícias*, de 5 de maio de 1975.

⁴⁰⁶ Cf. “O general Costa Gomes recebeu o presidente da Direcção da Emissora Nacional”, artigo publicado no *Diário de Notícias*, de 17 de maio de 1975 e Trabalhadores da EN solidários com a direcção demissionária desde fevereiro. *Diário de Notícias*, de 5 de maio de 1975.

Borges chegou a ser recebido por Costa Gomes, em maio, para explicar os motivos da sua decisão⁴⁰⁷, mas o Conselho Superior da Revolução recusou o pedido; daí resultaria o compromisso de Borges se manter à frente da estação por “um período de tempo razoável, o que não invalida que, entretanto, se registem mudanças, tais como a entrega dos sectores técnicos e administrativos aos trabalhadores”⁴⁰⁸. A direção manter-se-ia mais algumas semanas até que, à porta do “Verão Quente de 75”, a 3 de julho, o Capitão-tenente Bouza Serrano assume a direção da emissora; nessa altura o Serviço de Programas⁴⁰⁹ passou a ser dirigido pelo Capitão Jorge Alves. Serrano defendia que a EN deveria estar

“ao serviço do povo português como voz revolucionária da unidade Povo-M.F.A., contribuindo assim para o seu esclarecimento e informação e mobilizando-o para uma sempre crescente participação na vida revolucionária para o socialismo”⁴¹⁰.

O posicionamento do novo presidente da EN era claro:

“É preciso não confundir um antifascista desejoso de viver numa sociedade capitalista com todos os inerentes privilégios burgueses, com um antifascista desejoso de viver numa sociedade socialista onde acabe de vez a exploração do homem pelo homem e que portanto continua a lutar de uma forma revolucionária, até a meta ser atingida”⁴¹¹.

Esta direção fica em funções apenas durante cerca de três meses. A 30 de setembro, uma nova comissão é designada: desta feita, com o Major João Figueiredo à frente da emissora e o Tenente-coronel Raúl Martins na direção dos Programas. A mudança dá-se nos fervilhantes dias de setembro de 1975⁴¹². A EN estava, desde a manhã do dia 29 de setembro, ocupada por militares e limitada à

⁴⁰⁷ Cf. O general Costa Gomes recebeu o presidente da Direção da Emissora Nacional. *Diário de Notícias*, de 17 de maio de 1975.

⁴⁰⁸ Cf. Calvão Borges continua a presidir. *O Século*, de 19 de maio de 1975.

⁴⁰⁹ As direções dos serviços administrativos, financeiros e técnicos também são alteradas nas mesmas datas; pela importância de que se revestia a direção dos programas, optámos por apenas referir as alterações relativas a esta estrutura.

⁴¹⁰ Cf. A Emissora Nacional vai ser ‘a voz da unidade povo-MFA’. *Diário de Lisboa*, de 4 de julho de 1975.

⁴¹¹ Cf. A Emissora Nacional vai ser ‘a voz da unidade povo-MFA’. *Diário de Lisboa*, de 4 de julho de 1975.

⁴¹² Os deficientes das Forças Armadas reivindicavam justiça relativamente à sua condição; mas a ação, que acabaria manipulada por marxistas, terminou com uma tentativa de sequestro do Governo, que se encontrava reunido na residência do Primeiro ministro (Rodrigues, 1997). A ocupação, que surgira após o turbilhão do fim de semana estaria, porventura, “relacionada com uma reunião efectuada na tarde de domingo, na mesa da Armada, em Cascais, a que estiveram presentes o almirante Pinheiro de Azevedo, a maioria dos membros do Conselho da Revolução, os ministros militares do Governo, os chefes do Estado-Maior do Exército e da Força Aérea, o comandante do COPCON, o comandante da PSP-GNR, comandantes de algumas unidades operacionais e alguns ministros civis” (cf. Manifestação de protesto contra as ocupações. *Diário de Notícias*, de 30 de setembro de 1975).

transmissão noticiosa de comunicados emitidos pelo respectivo ministério e telegramas das agências noticiosas. À porta dos estúdios do Quelhas, havia grupos de “vigilância revolucionária” que apoiavam os trabalhadores da emissora em luta pela “livre expressão de pensamento” e os deficientes das Forças Armadas⁴¹³. Aos trabalhadores, que aguardavam uma explicação do Governo, apareceu Figueiredo, já na noite desse dia, com uma credencial de nomeação pelo ministro da Comunicação Social, que lhe dava plenos poderes para assumir o cargo. Segundo Figueiredo, a sua nomeação, e a própria ocupação da estação haviam sido justificadas pela necessidade de fazer cumprir o artigo 66^o da Lei de Imprensa que continha “as garantias mínimas para que neste momento se possa trabalhar”⁴¹⁴. Os restantes membros da direção da EN, apoiando Bouza Serrano, estavam também demissionários.

A ocupação da EN (e, simultaneamente, da televisão) havia sido ordenada pelo Almirante Pinheiro de Azevedo, que substituíra o chefe de estado, ausente na Polónia. A ação, que veio no seguimento dos acontecimentos da semana anterior, foi justificada com a necessidade de se preservar uma informação “livre, responsável e pluralista, ao serviço dos dois grandes objectivos da Revolução Portuguesa: a independência nacional e a construção da sociedade socialista e de evitar o estado de emergência”⁴¹⁵.

Quarenta e oito horas depois da ocupação, e cumpridos os objetivos de recondução da programação “a parâmetros política e socialmente aceitáveis, no âmbito do processo revolucionário”⁴¹⁶ eram retiradas as tropas de todas as emissoras (exceto da RR). Mas a desocupação não acontecia sem que se deixasse o aviso:

1975). Um artigo publicado no jornal República (nesta altura com uma redação renovada e maioritariamente de extrema-esquerda (Mesquita, 1996), de 1 de outubro, espelha bem o momento e a sua pulsação ideológica: “Nas ruas de Lisboa, nos quartéis, nas redações, nos gabinetes, confrontam-se duas vias de resolução da presente crise. De um lado, os trabalhadores que querem o poder popular, os soldados ao lado do povo, uma Informação ao serviço dos trabalhadores e da Revolução. Do outro, a burguesia, as forças de direita que dispõem de um aparelho de Estado que não funciona, que não é capaz de reprimir a luta popular e ‘meter na ordem’ o processo revolucionário” (cf. Poder popular ou poder de estado. *República*, de 1 de outubro de 1975).

⁴¹³ Cf. Novo Presidente da Emissora Nacional. *Diário de Notícias*, de 30 de setembro de 1975.

⁴¹⁴ Cf. Novo Presidente da Emissora Nacional. *Diário de Notícias*, de 30 de setembro de 1975.

⁴¹⁵ A nota, que a Presidência fez sair através do COPCON, fazia referência aos dias anteriores e à escalada dos acontecimentos, sobretudo na capital, nos quais se incluía a própria ocupação da EN e a tentativa de sequestro do Governo: “indiferentes às consequências da sua atuação, no plano dos interesses nacionais, alguns órgãos da Informação, com destaque para as estações de Rádio e da TV, desenvolveram toda uma campanha provocatória e de aliciação de atitudes sediciosas, que põe em causa e em risco a continuidade da própria Revolução. (...) Em criminosa escalada, as forças da reação e as que inconscientemente lhe fazem o jogo, exploram persistentemente as liberdades que o M.F.A. lhes assegura para destruírem a própria Revolução e assegurarem o regresso do totalitarismo fascista. Consciente das suas responsabilidades perante a Nação, e da gravidade da situação presente, em si e nas suas linhas tendenciais, equivalente a uma situação de facto de verdadeira emergência, o Primeiro ministro e Presidente da República (...) como medida de exceção destinada a evitar a declaração do estado de emergência (...) ordenou a ocupação militar das estações de Rádio e da TV. (...) A ocupação (...) destina-se a assegurar uma informação não manipulada ao serviço do País e da Revolução” (cf. A rádio e a TV foram ocupadas para ‘se evitar a declaração do estado de emergência’. *Diário Popular*, de 29 de setembro de 1975). O mesmo artigo incluía um comunicado do Secretariado Político do PRP-BR (Partido Revolucionário do Proletariado – Brigadas Revolucionárias) que classificava a ocupação do dia 29 como “tentativa de golpe fascista”; mencionava a possibilidade de eclosão de uma guerra civil e deixava um apelo aos “seus militantes e simpatizantes e para os trabalhadores em geral” no sentido de “avançar para ganhar desde já posições para a tomada do Poder”.

⁴¹⁶ Cf. Comunicado de Pinheiro de Azevedo transcrito em As forças militares que ocupam a R.T.P., E.N. e R.C.P. são hoje retiradas – anunciou Pinheiro de Azevedo. *O Primeiro de Janeiro*, de 1 de outubro de 1975.

“Confia-se que essa retirada não venha a ser explorada para se regressar, ao nível da programação à situação que determinou a medida de excepção que agora se suspende. O Primeiro-Ministro e Presidente da República em exercício, o Conselho da Revolução e o Governo confiam em que não volte a ser necessário, para defesa da autoridade, da disciplina revolucionária e da própria Revolução, voltar a encarar medidas de emergência”,

podia ler-se no comunicado emitido por Pinheiro de Azevedo⁴¹⁷. Assim se manteria a EN ao longo deste período. Refletindo as fortes convulsões provocadas pelas diferentes fações políticas. Refém da sua variável importância na orientação da população e, por vezes, mesmo à deriva.

João Figueiredo manter-se-ia à frente da estação até outubro de 1978, passando o período da nacionalização e a criação da Radiodifusão Portuguesa (RDP)⁴¹⁸. Essa primeira Comissão Administrativa da RDP seria posteriormente remodelada em junho de 1978⁴¹⁹. João Figueiredo e Vasco Rosado seriam exonerados, a seu pedido, em outubro⁴²⁰, sendo substituídos por Júlio Silva, na presidência, e Raul Dionísio.

VI.1.5 | AO SERVIÇO DA REVOLUÇÃO

O período subsequente ao dia 25 de abril é um momento de grande luta no sector dos *media*, da qual são exemplo, no caso da rádio oficial, as várias mudanças diretas.

Em Portugal, a ação que se desenvolvia nesse período instável tinha dois objetivos principais, por um lado, a abolição da censura; e, por outro, o controlo dos *media* mais representativos, de forma a garantir a influência ideológica sobre estes, tal como é exemplificado em algumas das medidas imediatas do MFA relativas ao sector⁴²¹ (Mesquita, 1988). Deste ano e meio nasceria a estrutura da comunicação social portuguesa, no seio da qual, se desenvolverá a segunda fase da rádio pública, a RDP.

⁴¹⁷ Cf. As forças militares que ocupam a R.T.P., E.N. e R.C.P. são hoje retiradas – anunciou Pinheiro de Azevedo. *O Primeiro de Janeiro*, de 1 de outubro de 1975.

⁴¹⁸ O elenco da primeira comissão administrativa da RDP, nomeada em 23 de dezembro de 1975, incluía, além de Figueiredo, os militares José Santa Clara Gomes e José Dias (que transitavam da direção anterior), e Vasco Durão e António Coutinho.

⁴¹⁹ Resolução do Conselho de Ministros de 14 de junho de 1978, publicada no Diário da República n.º169, II Série, de 25 de julho de 1978.

⁴²⁰ Resolução do Conselho de Ministros de 25 de outubro de 1978, publicada no Diário da República n.º 255, II Série, de 6 de novembro de 1978.

⁴²¹ Nomeadamente com a criação da comissão *ad hoc* que, transitoriamente, controlaria os meios de comunicação social, e era dependente da Junta de Salvação Nacional (Mesquita, 1988).

O controlo dos *media*, até ao final de 1975, seria, então, disputado por três correntes, tal como é explicado por Mesquita:

“Os herdeiros do antigo regime, que procuravam retardar o desmantelamento dos mecanismos censórios, a pretexto da necessidade de controlar o processo de descolónização (...). Os defensores de teses revolucionárias e vanguardistas (de inspiração marxista ou terceiro-mundista), que, paradoxalmente, eram favoráveis, no plano legislativo (pelo menos no caso do PCP e dos seus aliados) à adopção de formas de censura a posteriori. Os partidários de concepções pluralistas do sistema de comunicação social, baseadas no modelo de democracia política, que, no domínio jurídico, preconizavam a ausência de formas de repressão administrativa” (1996: 360, 361).

A EN, de instrumento da ditadura passava a arma da revolução. Coerentemente, uma coisa parecia não ter mudado: a estação oficial continuava a sua tarefa de formação da opinião pública e de sensibilização das massas. Mas, desta vez, ao serviço do ideário da revolução. Antes do 25 de abril, explica Carlos Ventura, a rádio oficial “era o pilar do regime; a seguir ao 25 de abril (...) o poder estava dividido por alguns grupos (...) que influenciavam a programação (...). Mais tarde, acabou por estar ao serviço dos partidos que estavam no governo. Ia estando...”⁴²².

De facto, na emissora são criados, logo após o 25 de abril, os Serviços Criativos, dirigidos por Manuel Alegre, recentemente regressado do exílio⁴²³. Substituindo os anteriores conteúdos de divulgação do ideário do Estado Novo, existia agora, entre outros, o programa “Formação Política”, que era apresentado por Manuel Alegre e Eduarda Ferreira, dos Serviços Criativos da EN⁴²⁴. Tinha três edições, que passavam em antena cerca de dez vezes por semana.

Vivia-se, para além da grande efervescência interna, um momento de enorme criatividade nos conteúdos e de grande atenção noticiosa. Aliás, o PREC terá sido o período de maior dinâmica na EN, segundo Carlos Ventura, e isso terá resultado das melhores condições técnicas que a estação já tinha, dos profissionais (que tinha e dos que, entretanto, recebeu) e da enorme liberdade e abertura para a experiência que se vivia à época. Exemplo disso eram os jornais das 13.00 horas e das 20.00 horas que, na emissora, passaram a ter a duração de uma hora, com uma dinâmica absolutamente nova, cheios de

⁴²² Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁴²³ Durante os acontecimentos de 28 de setembro de 1974, o papel de Alegre aos microfones da EN destacou-se, quer pela “leitura dos comunicados quer com palavras de apelo à calma e à confiança no Movimento das Forças Armadas” (Cf. O porta-voz duma certeza. *Diário de Notícias*, de 1 de outubro de 1974).

⁴²⁴ Cf. *Diário Popular* de 23 de setembro de 1974 e *República* de 24 de setembro de 1974.

reportagens e elementos sonoros. Os grandes jornais passavam, aliás, a ter equipas estruturadas com diversos elementos, incluindo um realizador⁴²⁵.

No primeiro aniversário da revolução decorriam as primeiras eleições livres dos últimos 50 anos:

“A Rádio portuguesa disse presente ao País, tanto nas comemorações do aniversário da nossa revolução, como na total cobertura do acto eleitoral. A partir da meia-noite de 25 de Abril começou uma movimentação de características especiais. O povo veio espontaneamente para a rua festejar a sua libertação e o reconhecimento da legitimidade dos seus direitos (...). E parte dele dirigiu-se ao Rádio Clube Português, por ter certamente presente o papel de preponderância que esta estação tem desempenhado no nosso processo revolucionário. (...) De salientar o serviço “especial eleições” montado simultaneamente pela Emissora Nacional e pelo Rádio Clube Português que se manteve até à manhã de sábado, dia 26. De facto, todo o País pôde, assim, ouvir todo o País”⁴²⁶.

A informação ganha uma dinâmica nova na estação, depois de anos de recusa. A rádio pública estava a aprender novos processos e novas dinâmicas informativas, que até aí lhe estavam vedados.

Como já referimos, embora durante o 25 de abril a EN tenha estado ao largo das principais ações, isso não aconteceu nos momentos seguintes do PREC. Durante os já descritos acontecimentos do 28 de setembro de 1974⁴²⁷, a emissora foi mesmo a única fonte de informações disponível durante um largo período⁴²⁸. Mais tarde, durante o 11 de março de 1975, a EN voltou a estar no centro dos

⁴²⁵ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁴²⁶ Cf. LEIRIA, I. 1975. Missão Cumprida?... *A Capital*, de 3 de maio de 1975.

⁴²⁷ Os acontecimentos do 28 de setembro resultaram de um movimento de apoio promovido pelo sector conservador da sociedade, destinado a apoiar o General Spínola, mas que culminou na sua renúncia ao cargo de Presidente da República.

⁴²⁸ O jornal *Expresso* fazia uma descrição detalhada da forma como os acontecimentos políticos se iam espelhando na emissora - uma ilustração eficaz da instabilidade que se vivia à época e mais uma mostra da importância estratégica do uso da rádio pelas forças em disputa: “no decurso da madrugada do dia 28, foi transmitido repetidamente um comunicado do Ministro da Comunicação Social que aconselhava o desmantelamento das barricadas e a manutenção da calma. A certa altura o tipo de canções transmitidas alterou-se e, após um longo período sem notícias Igrejas Caeiro leu um primeiro comunicado do MFA, seguido pouco depois de uma nota da Presidência da República. Mais tarde, Igrejas Caeiro leu um comentário à situação em que se referia o facto de que, mais uma vez, o General Spínola se identificara com o interesse da Pátria. Os comunicados seguintes foram-se alterando, indicando o controle progressivo da Comissão Coordenadora do MFA sobre a situação. Passou-se ao ‘uso abusivo’ do nome do Presidente da República”, deixando a partir de certo momento de se falar no General Spínola. Já durante o dia 29, apareceu o brigadeiro Saraiva de Carvalho, cuja mensagem principal (reforçada mais tarde pelo ministro Vítor Alves) era no sentido da substituição dos piquetes populares pelas forças legais e na estrita obediência às Forças Armadas” (cf. Mudanças de tom na mesma onda. *Expresso*, de 30 de setembro de 1974). No dia 28 de setembro a chamada “maioria silenciosa” é impedida de realizar uma manifestação de apoio ao presidente Spínola. Foi uma reação do sector mais conservador da sociedade que terminaria com a demissão do General Spínola, no dia 30, após o afastamento dos três militares mais conservadores do MFA.

acontecimentos⁴²⁹. Da parte das forças da revolução, havia a percepção da agilidade e importância dos audiovisuais como altifalante, o que era visível nas tentativas de instrumentalização e nas ocupações já relatadas.

Dentro da EN, o 11 de março deixou marcas, nomeadamente o aumento da instabilidade nas relações entre os grupos com diferentes convicções políticas e o afastamento de “socialistas de tendências moderadas como, por exemplo, Jaime Gama e Manuel Alegre (...) deixando o caminho aberto para o crescente domínio da esquerda radical” (Serejo, 2001: 79). Os episódios que vinham relatados nos jornais davam uma imagem da divisão e da instabilidade internas. Os confrontos sucediam-se. E, naturalmente, não se circunscreviam à sede. Todos os centros regionais viveram essa efervescência, à qual a direção tentou responder, de forma a evitar excessos⁴³⁰.

A tensão vai crescendo. Com o 11 de março, a resistência da direita havia cedido. A célula do PCP na EN acusava a estação de defender o imperialismo e provocar o povo angolano; além disso classificava a programação como “um suceder de provocações contra-revolucionárias, de manifestações de incompetência e do mais descarado sectarismo”⁴³¹. Abaixo-assinados, acusações entre fações, moções de sindicatos e comissões de trabalhadores sucedem-se. Dias antes do 25 de novembro, um grupo de trabalhadores acusa a direção de João Figueiredo de promover uma escalada de censura dentro da estação⁴³². Na origem da acusação estaria a censura, ao abrigo do art.º 66º da Lei de Imprensa⁴³³, de moções de sindicatos e trabalhadores que apoiavam uma manifestação realizada em Belém⁴³⁴. Crescem os rumores de que a EN estaria pronta para passar a sua emissão para o Porto, caso algo acontecesse à emissão feita a partir da sede⁴³⁵.

⁴²⁹ À hora de almoço começam a organizar-se piquetes de trabalhadores (de esquerda e extrema esquerda) dentro da emissora e, às 13.00 horas, a estação declara-se “a única voz autorizada”, passando a transmitir, exclusivamente, informação da 5ª Divisão do estado Maior; Durante o início da tarde a estação oficial vai sendo o amplificador, primeiro de Duran Clemente, depois dos comunicados do gabinete de Vasco Gonçalves e, ainda, de Otelo, que vem dar conta do controlo da situação (Serejo, 2001; Centro de Documentação 25 de Abril, 1996). Dá-se, nesta altura, o reforço dos sectores da esquerda, nomeadamente do PCP e assiste-se ao final de qualquer resistência da direita. É também o início do processo das nacionalizações que, em breve, chegariam à rádio.

⁴³⁰ Como exemplo, podem referir-se os acontecimentos ocorridos na Madeira, no dia 7 de outubro de 1975, quando se gerou um confronto resultante da ocupação do emissor (cf. Nomeada uma comissão de inquérito aos acontecimentos no emissor da Madeira. *O Século*, de 11 de outubro de 1975).

⁴³¹ Cf. A E.N. tem conduzido uma campanha de provocação ao povo de Angola e de cobertura ao imperialismo. *Diário de Notícias*, de 12 de novembro de 1975.

⁴³² Cf. A E.N. Está com a revolução ou com a reação?. *Diário Popular*, de 21 de novembro de 1975.

⁴³³ O art.º 66º do Decreto-Lei n.º 85-C/75, de 26 de fevereiro, era relativo às infrações.

⁴³⁴ “A tomada de posição dos manifestantes e também de trabalhadores da E.N. derivou do facto daquela estação de rádio não ter transmitido convocatórias para a manifestação e moções de apoio de trabalhadores a essa movimentação de massas, durante a manhã e parte da tarde. A E.N., nesse período, emitia, tranquilamente, programas musicais, sobretudo à base de música anglosaxónica. Uma breve referência à manifestação apenas surgiu no noticiário das 17 horas (...). O panorama radiofónico mudaria, depois, com a programação da Rádio Juvenil, em que foram transmitidas moções e comunicados e música revolucionária”, podia ler-se no artigo A Emissora Nacional ignorou mas os trabalhadores venceram. *Diário de Notícias*, de 21 de novembro de 1975

⁴³⁵ Cf. A EN com armas e bagagens transferida para o Porto?. *O Século*, de 21 de novembro de 1975; Os trabalhadores repudiam ‘o silêncio’ da Emissora Nacional. *Diário de Lisboa*, de 21 de novembro de 1975 e A EN desmente a ‘mudança’ para o Porto e a censura interna. *O Século*, de 22 de novembro de 1975.

Dá-se, então, o decisivo 25 de novembro⁴³⁶. A emissora é, de novo, ocupada. Cerca das 17.00 horas, forças da polícia militar e do COPCON invadem a EN e, no jornal das 20.00 horas, são lançados apelos, em nome de Otelo, ao povo e à revolução (Centro de documentação 25 de Abril, 1996). O principal jornal da noite não teve mais de dez minutos e foi interrompido após as notícias sobre o levantamento militar⁴³⁷. Cerca das 20.30 horas, são audíveis, através do rádio da Polícia Militar, pedidos de reforços para a emissora. Às 20.45, a emissão passaria para o Porto (Centro de documentação 25 de Abril, 1996), a partir de onde seria mantida, em conjunto com os emissores de Coimbra e Faro, uma vez que os estúdios do Quelhas estavam inoperacionais⁴³⁸. Muitos dos trabalhadores abandonaram o edifício, após indicação da direção, outros ficaram à espera; no edifício havia comunicados afixados “por uma Emissora livre e Democrática” e dois guardas da Polícia de Segurança Pública⁴³⁹. Pouco depois, na televisão, dá-se o célebre episódio da interrupção do comunicado de Duran Clemente pelas canções de Danny Kaye. É declarado o estado de sítio na área da Região Militar de Lisboa. No dia seguinte, as emissões da EN e da RTP continuam a ser feitas a partir do Porto⁴⁴⁰ (em Lisboa, apenas a rádio Alfabeta, dos EAL, estava no ar, com uma programação de música ligeira); todos os serviços ligados aos programas no Quelhas são encerrados pela direção e os trabalhadores são mandados para casa, onde aguardaram indicações para o regresso ao trabalho⁴⁴¹.

No rescaldo do 25 de novembro, as administrações dos diários estatizados ou com participação do Governo são demitidas e as publicações suspensas até às novas nomeações⁴⁴². Na emissora, diversos trabalhadores são suspensos por eventualmente estarem ligados aos acontecimentos, o que implicou ajustes nas estruturas internas. Alguns chegaram a ser demitidos⁴⁴³.

O novo ano traria nova vida à EN⁴⁴⁴. Estava terminado um período muito particular na rádio portuguesa, que fora marcado pelo fervor revolucionário e pelo seu reflexo dos desequilíbrios

⁴³⁶ O 25 de novembro marca o final do confronto político do Verão Quente de 1975. Confronto entre moderados e esquerda radical. Chega a ser decretado estado de sítio em Lisboa pelo Presidente da República. Com a vitória dos moderados, abriu-se o caminho para a posterior estabilização democrática.

⁴³⁷ Cf. O Controlo da informação audiovisual. *Diário Popular*, de 11 de dezembro de 1975.

⁴³⁸ Cf. O Controlo da informação audiovisual. *Diário Popular*, de 11 de dezembro de 1975.

⁴³⁹ Cf. O Controlo da informação audiovisual. *Diário Popular*, de 11 de dezembro de 1975.

⁴⁴⁰ Ainda no dia 26 houve, no Porto, uma tentativa de corte da emissão da EN (e também da RTP), no entanto, os sabotadores cortaram a ligação telefónica do Sanatório D. Manuel II, ao invés de cortarem o abastecimento elétrico aos emissores (cf. O Controlo da informação audiovisual. *Diário Popular*, de 11 de dezembro de 1975.)

⁴⁴¹ Cf. O Controlo da informação audiovisual. *Diário Popular*, de 11 de dezembro de 1975.

⁴⁴² O Século, O Diário de Notícias, A Capital, o Diário Popular, o Diário de Lisboa, o Jornal de Notícias e o Comércio do Porto foram as publicações abrangidas. As duas últimas, com sede no Porto, tiveram as suas administrações reconduzidas (cf. Rádio e TV antes e depois do 25 de Novembro. *Expresso*, de 1 de dezembro de 1975.

⁴⁴³ Cf. Almeida Santos baseou-se num ‘inquérito sumário’ em que não fomos ouvidos – carta de trabalhadores demitidos da E.N. *Diário Popular*, de 19 de janeiro de 1976.

⁴⁴⁴ No Jornal Sonoro das 20.00 horas do dia 4 de dezembro, era lido um comunicado da direção que assumia os inquéritos em curso e se congratulava com o regresso da emissão ao Quelhas, após a reabertura das instalações da emissora; a direção sublinhava a sua tentativa de não cedência perante fações políticas ou radicalizações internas e prometia uma nova grelha “ao serviço do povo” no começo do ano que se avizinhava, assim como uma nova regulamentação interna que, depois de discutida

momentâneos de poder. A rádio que se segue, segundo João Figueiredo, ganhou “em equilíbrio o que se perdeu em espontaneidade”⁴⁴⁵.

VI.1.6 | OS SANEAMENTOS

No verão de 1974, após o início do processo de saneamento na função pública⁴⁴⁶, é criada dentro da emissora uma Comissão Interna de inquérito para saneamento e reclassificação. Na altura, estavam já vários funcionários da emissora suspensos. Em Ordem de Serviço era determinado que seriam estudados os casos dos funcionários que tivessem tido ligações ao regime, ou que tivessem sido simpatizantes empenhados. A direção esclarecia, ainda, que qualquer outro funcionário, independentemente da sua data de entrada na estação, podia ser alvo de um processo de saneamento. Assim tinha início o tempo dos saneamentos na emissora. Serejo classifica este período como uma “caça às bruxas” (2001:78) dentro da estação, com conflitos entre trabalhadores e denúncias infundadas. Houve muito oportunismo nesse período. Dos inúmeros trabalhadores que foram alvo de autos para saneamento (o que acontecia ao sabor dos confrontos ideológicos internos e externos) quase todos viram os seus processos arquivados e apenas dois não viriam a ser posteriormente readmitidos: Clemente Rogeiro e Alberto Represas (Serejo, 2001).

A insegurança era enorme. Listas de demissões e aposentações compulsivas de funcionários públicos dos mais diversos serviços eram publicadas na imprensa da época. Logo após o 25 de novembro, cerca de 40 trabalhadores da EN foram suspensos e alguns colaboradores foram mesmo dispensados⁴⁴⁷. Embora os trabalhadores fossem, aos poucos, regressando ao serviço, depois de terminadas as averiguações acumulavam-se as situações de suspensão. Em meados de 1976, a RDP tinha “revolucionários” e “reaccionários” suspensos de funções. E o seu regresso raramente era pacífico⁴⁴⁸. Passavam internamente abaixo-assinados e havia uma oposição à reintegração de uns ou de outros⁴⁴⁹.

com os trabalhadores, iria à aprovação da tutela (cf. Finalmente! Emissora Nacional ao serviço do povo. *O Comércio do Porto*, de 6 de dezembro de 1975).

⁴⁴⁵ Cf. Os portugueses terão, no futuro, a rádio que merecem. *Tempo*, de 9 de dezembro de 1976.

⁴⁴⁶ Através do Decreto-Lei n.º 277/74, de 25 de junho de 1974. Tinha início uma reestruturação dos organismos públicos, com vista ao desenvolvimento democrático do país; para tal, como se podia ler no ponto 1º do Decreto, “Os servidores civis do Estado, serviços e empresas públicas, autarquias locais e demais pessoas colectivas de direito público podem ser demitidos, mandados aposentar, suspender ou transferir, nos termos estabelecidos por este diploma”.

⁴⁴⁷ Cf. “Os portugueses terão, no futuro, a rádio que merecem”, *in Tempo* de 9 de dezembro de 1976.

⁴⁴⁸ Quando 11 dos 40 funcionários suspensos aquando do 25 de novembro regressam ao trabalho, são criados os Grupos Dinamizadores Especiais de Programas (GDEP's): “face à nova situação, os candidatos a revoltosos, normalmente conhecidos como ‘perigosos reaccionários’ optaram pela criação de grupos de base que possam, de modo organizado, vir a gozar de regalias semelhantes às dos colegas suspensos há mais de seis meses para gozo de saborosas e (remuneradas) férias” (cf. Rubrica “Bastidores”. *Jornal Novo*, de 7 de julho de 1976).

⁴⁴⁹ Cf. “A inocência vencerá”. *Jornal Novo*, de 8 de julho de 1976.

A própria direção não sabia o que fazer em relação à reintegração de alguns funcionários⁴⁵⁰, sobretudo quando se tratava de antigos dirigentes⁴⁵¹. Olhando para as conquistas de abril, não deixava de ser irónico, segundo João Alferes Gonçalves, que, apesar de ter extinto alguns programas menos alinhados, o regime anterior nunca tivesse agido sobre os profissionais mais incómodos em bloco; mas “esse velho desejo dos repressores burgueses veio a ser realizado na sequência dos acontecimentos do 25 de Novembro”⁴⁵².

Enquanto uns (muitas vezes, profissionais com qualidade) eram afastados, outros instalavam-se após o regresso de África. E esse duplo movimento teve consequências na qualidade da rádio que se fazia, como recorda Carlos Ventura: “dá-se a ascensão de uma classe que nunca teria chegado onde chegou se não tivesse sido o 25 de Novembro (...), isso, parecendo que não, vai baixar imediatamente o nível das emissões”⁴⁵³.

VI.1.7 | A NACIONALIZAÇÃO

Depois da nacionalização da banca, dos seguros e da imprensa diária, começam a circular rumores acerca dos destinos da rádio⁴⁵⁴. As dúvidas iam sendo lançadas no quotidiano dos portugueses.

Em consequência do 25 de novembro de 1975, a rádio é, então, nacionalizada com a publicação do Decreto-Lei n.º 674-C75⁴⁵⁵. O sector da radiodifusão em Portugal passará, doravante, a ser alicerçado em dois pilares: o Estado e a Igreja. São nacionalizadas praticamente todas as estações do país: com o objetivo de assegurar o serviço público de rádio, nasce a Empresa Pública de Radiodifusão (EPR), juntando à EN, os ENR, o RCP, a Rádio Alto Douro, a Rádio Ribatejo, o Clube Radiofónico de Portugal, a Rádio Graça, Rádio Peninsular, Rádio Voz de Lisboa e Alfabeta (EAL). De fora ficariam apenas a RR⁴⁵⁶ e

⁴⁵⁰ Cf. Documento da CA datado de 11 de janeiro de 1977.

⁴⁵¹ As reintegrações, nesta altura, de funcionários que tinham tido cargos de relevo até ao 25 de abril provocaram contestação, à qual se juntou a imprensa, que noticiava a afronta de algumas dessas reintegrações (cf. Os que são reintegrados. *Diário*, de 5 de janeiro de 1977).

⁴⁵² Cf. Nas ondas concêntricas das ‘emissoras nacionais’. *O Diário*, de 22 de maio de 1976.

⁴⁵³ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁴⁵⁴ Inicialmente, especulava-se se seriam apenas estatizadas as frequências de OM (de forma a que a União Europeia de Radiodifusão [UER] pudesse atribuir algumas a países africanos); ao mesmo tempo falava-se em “monolitizar (...) a atividade radiofónica portuguesa, que, depois do 25 de abril, nada realizou de palpável para se inserir espontânea e verdadeiramente no espírito da Revolução” (cf. Rádio nacionalizada motivo de desacordo. *O Tempo*, de 31 de julho de 1975).

⁴⁵⁵ Com data de 2 de dezembro de 1975.

⁴⁵⁶ A RR fica de fora devido à Concordata com a Santa Sé. Note-se que, durante o PREC, a RR viveu um período particularmente agitado numa luta constante pelo poder sobre a estação, com diversos incidentes, incluindo a destruição à bomba do seu emissor. A par com os incidentes vividos no República, terá sido a situação mais grave deste período (Mesquita, 1996).

pequenas estações como a Rádio Altitude, da Guarda; a Rádio Pólo Norte, do Caramulo; o Rádio Clube de Angra e o Clube Asas do Atlântico, ambas dos Açores⁴⁵⁷.

As razões da nacionalização foram claramente explicadas. O decreto legislativo assinalava a importância do contributo da rádio no avanço das conquistas de abril, mas sublinhava a necessidade de colocar o meio de comunicação do lado certo. A rádio era um precioso meio de consumo cultural, tendo em conta a elevada taxa de analfabetos. Mas precisava de ser serena e isenta, abandonando, definitivamente, o comportamento apaixonado e panfletário⁴⁵⁸ dos últimos tempos. Além desta, várias razões eram invocadas pelo Governo para justificar a nacionalização: nomeadamente, a sujeição às limitações internacionais, a racionalização da gestão e a condução da rádio ao serviço da revolução⁴⁵⁹.

A nova EPR é uma empresa gigante⁴⁶⁰, com trabalhadores oriundos de várias realidades. É um artifício jurídico sem uma identidade própria⁴⁶¹ e com um enorme ativo. O maior problema daí resultante é o facto de a integração de património e pessoal ter sido feita meramente como um somatório de bens. Subitamente, além de 2600 trabalhadores, a rádio nacionalizada tem mais de dez edifícios na capital, delegações e pequenos estúdios em várias cidades, três orquestras, um cinema, uma editora, uma fábrica de discos e uma exploração agrícola, entre outros⁴⁶². Como os trabalhadores vinham de realidades completamente distintas, com salários diferentes para funções idênticas, e como tinham contratos de natureza diferente, não tardaram as contestações internas (Serejo, 2001). Com efeito, a coexistência de dois tipos de contrato (um público e outro privado) era uma situação complexa e que demoraria mais de 30 anos a resolver. Mas, mais do que a dimensão formal ou organizacional, o

⁴⁵⁷ De acordo com o texto do decreto são, pois, aglutinadas a EN, o Rádio Clube Português, S.A.R.L., Emissores Associados de Lisboa, S.A.R.L., J. Ferreira e C³ Lda. Sociedade Portuguesa de Radiodifusão, Lda, e Alfabeto – Rádio e Publicidade, S.A.R.L.; além dos postos emissores e retransmissores do Clube Radiofónico de Portugal, da Rádio Graça, Rádio Peninsular e da Rádio Voz de Lisboa.

⁴⁵⁸ “Desnecessário será, com efeito, realçar o papel de extraordinário relevo que pode e deve desempenhar a radiodifusão como instrumento de recreio, de difusão de informações e conhecimentos, e em geral de cultura, num país com tão elevada taxa de analfabetismo e em processo de convalescença política. Tão influente é ela que bem pode dizer-se que sem o seu positivo concurso será retardado, se não comprometido, o processo evolutivo para a sociedade socialista em que se empenhou a Revolução posterior ao 25 de Abril. A este respeito, é manifesto que tem estado longe de exemplar o comportamento da generalidade das nossas estações emissoras. Apaixonadas e parciais, onde lhes cumpria que fossem serenas, objectivas e isentas, não raro panfletárias, têm chegado por vezes ao extremo limite dos convites à sedição. Indiferentes aos sentimentos, às apetências e às necessidades e interesses do povo português, pressupõem-no moldado ou moldável à rádio que praticam, o que, por não ser exato, o afasta dela e da Revolução” (cf. Decreto-Lei n.º 674-C/75, de 2 de dezembro).

⁴⁵⁹ Era preciso ter em conta a escassez do espectro radiofónico, e Portugal, de forma excessiva, usava 34 das 121 frequências de OM disponíveis a nível internacional. Além disso, o diploma estabelecia uma comparação com a realidade europeia: Portugal tinha 16 operadores de radiodifusão, ao contrário do que sucedia na Europa, onde uma (geralmente) ou poucas entidades desenvolviam essa atividade; tinha vinte programas de OM, ao contrário da maioria dos países europeus, que não ultrapassavam os 7; considerava-se, também, que a concentração viria a ser vantajosa para a gestão racional do sector, sobretudo se fosse tida em conta a dimensão económica resultante da dispersão das várias infra-estruturas de difusão existentes em todo o país.

⁴⁶⁰ Como já foi referido, aquando da descolonização, a RDP recebe indiscriminadamente muitos funcionários oriundos das ex-colónias, (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1992).

⁴⁶¹ Segundo João Figueiredo, a RDP, “além de uma amálgama de entidades com características e dinâmicas absolutamente diferenciadas, foi, antes do mais, uma criação jurídica. Só o tempo, a capacidade de decisão dos seus dirigentes (...) e o próprio curso do processo social determinarão para a Empresa uma imagem personalizada” (Cf. Os portugueses terão, no futuro, a rádio que merecem. *O Tempo*, de 9 de dezembro de 1976).

⁴⁶² Cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979 (arquivo da RTP) e Anuário da RDP de 1977.

próprio espírito das empresas agora reunidas era bem distinto, como recorda Jaime Fernandes, que na época trabalhava no RCP:

"Os funcionários da EN eram funcionários públicos (...). O RCP era a antítese de tudo isto, mesmo antes do 25 de Abril. (...). E esta integração entre o espírito do Rádio Clube e o espírito do funcionalismo público da EN foi a princípio claramente chocante, mas ainda assim (...) o governo da época teve pelo menos um cuidado que foi o de não juntar todos: nós mantivemos as instalações do velho RCP, a EN (...) manteve as suas instalações e o governo da altura criou um sector autónomo"⁴⁶³.

Não era possível, compulsivamente, passar os beneficiários de um regime para o outro. Por isso, ao longo dos anos como explica José Manuel Nunes,

"respeitaram-se os direitos de cada um e viveu-se sempre com as diferenças dos regimes coexistentes. O regime assistencial era e é diferente, as regras das férias eram diferentes, enfim, ao longo do tempo homogeneizaram-se as regalias possíveis, esperando que os funcionários públicos que começaram por ser quase um milhar fossem, natural ou artificialmente, decrescendo. Naturalmente pelas reformas. Artificialmente pelos planos de rescisão da função pública e pelos decretos de aplicação temporária que permitiam uma aposentação mais rápida. No dia-a-dia não havia distinção"⁴⁶⁴.

Podemos encontrar no diagnóstico feito, na altura, pelo presidente da comissão administradora, João Figueiredo, os vários problemas estruturais da mega-empresa:

"a dispersão e inadequação das instalações; a obsolescência dos equipamentos; a deficiente especialização da massa laboral; a inadiável necessidade de reconversão de toda uma pesada máquina administrativa, de tipo estadual, num

⁴⁶³ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁴⁶⁴ Entrevista realizada em 31 de janeiro de 2010.

aparelho capaz de ocorrer às exigências de uma Empresa que se quer dinâmica e com um máximo de rentabilidade”⁴⁶⁵.

Ou seja, perante uma empresa que não havia sido planificada previamente, a direção via-se a braços com uma complexa realidade, à qual ia tentando fazer face, frequentemente, com pouco mais do que medidas pontuais⁴⁶⁶. E apesar das tentativas de integração de serviços, pessoal, contabilidade e equipamentos, nos primeiros anos, a reestruturação e a organização da RDP eram, de facto, tarefas gigantescas. Como é referido por Moreira da Câmara, não se conseguiu mais do que a junção material, dada a impossibilidade de “ter sido feita a nacionalização dos espíritos e das culturas, que são sempre a alma das rádios” (1986: 35). Como consequência, nos anos que se seguiram, a RDP nunca seria a imagem de uma rádio nova, uma vez que apenas “misturou as rádios velhas” (Câmara, 1986: 36).

VI.1.8 | OS ESTATUTOS DA RDP

A designação Radiodifusão Portuguesa (RDP), surgiria em fevereiro de 1976⁴⁶⁷, substituindo a anterior. No seu surgimento, são evocados muitos dos princípios que caracterizam as rádios públicas, por oposição às rádios oficiais ou estatais. As grandes preocupações formais no nascimento da nova empresa pública eram, assim, a salvaguarda da sua autonomia em relação aos poderes político e económico; a representação dos trabalhadores nos órgãos de gestão e fiscalização, e dos ouvintes num órgão de base, de forma a permitir um pluralismo ideológico⁴⁶⁸.

A publicação dos estatutos, que deveriam refletir estas orientações, foi adiada, acontecendo apenas em abril⁴⁶⁹. Até lá, era anunciada uma coerente abertura para que os trabalhadores contribuíssem para os estatutos⁴⁷⁰. Durante esse período de vazio, a RDP adotou uma proposta transitória de

⁴⁶⁵ Cf. Os portugueses terão, no futuro, a rádio que merecem. *O Tempo*, de 9 de dezembro de 1976.

⁴⁶⁶ A tutela começa por debruçar-se, em 1976, sobre alguns problemas dos funcionários da rádio pública, nivelando os vencimentos de cada categoria (pelo valor mais alto de entre os auferidos nas empresas nacionalizadas), criando uma tabela de remunerações e definindo as respetivas categorias (cf. Decreto-Lei n.º 418/76, de 27 de maio).

⁴⁶⁷ Cf. Decreto-Lei n.º 153/76, de 23 de fevereiro.

⁴⁶⁸ Decreto-Lei n.º 674-C/75, de 2 de dezembro.

⁴⁶⁹ Decreto-Lei n.º 274/76, de 12 de abril.

⁴⁷⁰ Nesse sentido, um grupo de funcionários do ex-RCP avança com uma primeira proposta de estatuto, na qual estava bem vinculada essa ideia de pluralismo: o presidente do Conselho de Administração seria eleito pelas direções de todos os sindicatos do país, o vice-presidente pelo Governo e os cinco vogais seriam eleitos pelos trabalhadores (cf. Posições antagónicas nos projectos de estatutos. *Jornal Novo*, de 26 de dezembro de 1975; Contra o monolitismo da informação. *Diário de Lisboa*, de 27 de dezembro de 1975). Apesar das suas virtudes e defeitos, esta proposta chamava a atenção para os perigos de uma “voz única na rádio” (cf. Posições antagónicas nos projectos de estatutos. *Jornal Novo*, de 26 de dezembro de 1975).

funcionamento⁴⁷¹, que perdurou até à implementação dos estatutos. Na verdade, tratava-se de um documento de compromisso. Tinha em conta as possibilidades técnicas; a disponibilidade de frequências de acordo com a União Internacional de Telecomunicações (UIT/ITU); a necessidade de ter uma programação transversal e de maior qualidade e, também, a salvaguarda das condições existentes para a publicidade dos pequenos negócios.

Dois dias depois da publicação da Constituição da República Portuguesa, a 10 de abril de 1976, na qual são consagrados os direitos à liberdade de expressão, informação e de imprensa⁴⁷², é aprovado o estatuto da RDP⁴⁷³. O documento é feito à imagem do que havia sido recentemente publicado para a televisão⁴⁷⁴. A RDP nasce, assim, como pessoa coletiva de direito público. O estatuto prevê uma minoria de administradores nomeados pelo governo⁴⁷⁵. A dimensão mais importante que o estatuto pretendia passar era a da construção de uma “imagem genuinamente democrática”⁴⁷⁶. É esse objetivo que está na origem do conselho de informação, ao qual competia a salvaguarda da pluralidade ideológica e da assembleia, que representava transversalmente a sociedade e os utentes do serviço. No entanto, estes dois órgãos, “durante toda a vigência do Estatuto, nunca foram implementados”, como é explicado por Serejo (2001: 81). A co-gerência da empresa por parte dos trabalhadores, que através da sua CT poderiam eleger um vogal da administração, também era uma das marcas mais relevantes do documento. Por outro lado, estava prevista a autonomia financeira e administrativa da RDP, que tinha como principal função a prestação do serviço público de rádio aos portugueses. Para tal, deve apresentar programas de vários tipos, pedagógicos, infantis, desportivos, culturais, de comentário ou recreativos, entre outros. Deve chegar a todos os portugueses e defender e divulgar a sua cultura⁴⁷⁷. Apesar das suas limitações, o estatuto era um instrumento que pretendia travar ingerências

⁴⁷¹ Cf. Proposta elaborada pela comissão instaladora da EPR, datada de 23 de dezembro de 1975 (arquivo da RTP), publicada em Ordem, de Serviço Série A, n.º 6/76, de 9 de fevereiro de 1976.

⁴⁷² A Constituição, nos seus artigos 39.º e 40.º, faz referência à salvaguarda da independência dos meios de comunicação detidos ou controlados indiretamente pelo Estado em relação ao Governo e à Administração Pública; impõe a sua abertura à discussão e à pluralidade ideológicas e define que esse pluralismo deve ser salvaguardado por conselhos de informação, compostos por representantes indicados pelos partidos políticos. Além disso, é consagrado o direito de antena na rádio e na televisão (cf. Decreto de aprovação da Constituição, de 10 de abril de 1976).

⁴⁷³ Decreto-Lei n.º 274/76, de 12 de abril.

⁴⁷⁴ Cf. Decreto-Lei n.º 179/76, de 13 de março.

⁴⁷⁵ A estrutura deste serviço público assenta numa Assembleia de Radiodifusão, na qual está representada com grande amplitude a sociedade, através de representantes nomeados pelo Governo, pela Assembleia Legislativa, pela Igreja, incluindo confissões não católicas, pelo poder judicial, pelo poder local, por sindicatos, pelos trabalhadores da RDP e por sectores considerados relevantes pela própria assembleia. Este órgão tinha como funções a discussão e a aprovação a vários níveis, nomeadamente de relatórios e contas e linhas gerais da programação, a eleição de vários órgãos, incluindo membros do conselho de administração, etc. Além deste órgão, existem um conselho de administração (CA), do qual apenas o presidente e um vogal seriam eleitos pelo Conselho de Ministros (o vice-presidente e um vogal seriam eleitos pela assembleia de radiodifusão, e o outro vogal pela comissão de trabalhadores [CT]); um conselho fiscal, um conselho de informação (CI) e um conselho de programas (que funciona à parte dos órgãos da empresa).

⁴⁷⁶ Cf. Prâmbulo do Decreto-Lei n.º 274/76, de 12 de abril.

⁴⁷⁷ À RDP competia, também, a organização do seu espólio de forma a criar um Museu da Rádio e uma Fonoteca Nacional, onde ficariam arquivados os sons da memória do país.

externas⁴⁷⁸. Era uma interessante tentativa de criar um meio independente. Porém, a sua implementação nunca foi fácil. Muita coisa ficou por implementar.

VI.1.9 | A DEGRADAÇÃO DA EMPRESA

Uma das questões mais relevantes para uma empresa com tal dimensão e complexidade, era a do financiamento. A taxa de radiodifusão tinha sido atualizada em fevereiro de 1975 para os 150\$00⁴⁷⁹. O último valor (fixado nos 100\$00) tinha já cerca de 30 anos.

Era um momento de transitoriedade, uma vez que a transformação da EN estava a ser preparada pela tutela. Assim, a taxa é suspensa em maio de 1976 e reposta em novembro do ano seguinte. Na verdade, a sua definição, enquanto garantia de autonomia financeira em relação ao poder, só ocorreria depois da publicação dos estatutos⁴⁸⁰.

Até à data, a taxa era cobrada diretamente pela Emissora, e incidia sobre os cidadãos possuidores de aparelhos de rádio⁴⁸¹, o que nunca fora bem visto junto da população. Porém, com o passar dos anos, a eficácia da máquina de cobrança havia diminuído, e os casos de incumprimento eram cada vez mais; estimava-se que cerca de um terço dos possuidores de rádio não requeressem sequer a sua licença⁴⁸². Por isso, era necessária uma mudança. A solução encontrada refletiu, precisamente, a mudança de uma rádio estatal para um serviço público, que a todos dizia respeito⁴⁸³. Assim, passavam a pagar a taxa de radiodifusão (no respectivo recibo emitido pelo prestador do serviço), todos os consumidores domésticos de energia eléctrica, em duodécimos, e de acordo com escalões definidos. Porém, o processo não funcionou logo. A sua execução dependia de regulamentação, que não foi publicada de imediato, devido à complexidade envolvida. Não estavam definidas as contrapartidas que a RDP deveria pagar às distribuidoras de energia⁴⁸⁴ e muitas delas recusavam-se a fazer a cobrança. Também não estavam estabelecidas sanções por incumprimento. Ou seja, a RDP teve de negociar com os vários distribuidores, o que inviabilizou uma execução imediata e resultou numa implementação gradual do

⁴⁷⁸ Cf. Anuário da RDP de 1977.

⁴⁷⁹ Através do Decreto-Lei n.º 87/75, de 27 de fevereiro de 1975.

⁴⁸⁰ Cf. Decreto-Lei n.º 389/76, de 24 de maio.

⁴⁸¹ Além da taxa relativa à rádio, a RDP recebia 10% da taxa de televisão, como contrapartida da prestação à RTP de serviços de emissão e cobrança dessa mesma taxa.

⁴⁸² Cf. Preâmbulo do Decreto-Lei n.º 389/76, de 24 de maio. O texto faz referência aos quatrocentos mil incumprimentos existentes no final de 1974, a que se somariam cerca de vinte mil durante o ano seguinte.

⁴⁸³ O texto do Decreto-Lei referia mesmo que “deve ser a colectividade nacional, globalmente considerada e de acordo com as possibilidades económicas de cada um, a financiar uma instituição de interesse colectivo. É de resto, o que sucede com quase todos os impostos que o Estado lança para custear serviços públicos”.

⁴⁸⁴ As distribuidoras eram mais de 200, incluindo autarquias, empresas públicas, privadas e cooperativas (cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979).

processo. Em 1979, a cobrança atingia apenas 27% dos consumidores e estimava-se que as receitas obtidas seriam manifestamente insuficientes para as necessidades da empresa⁴⁸⁵. Perante isto, a situação económica da rádio pública degradou-se bastante⁴⁸⁶. O Estado intervém, avalizando um financiamento de 110 mil contos, no final de 1976, e impõe a realização de um plano de reconversão administrativo e financeiro⁴⁸⁷. No ano seguinte, a RDP voltará a recorrer a empréstimos e subsídios reembolsáveis, adiando compromissos e restringindo gastos⁴⁸⁸.

Um outro problema que influenciou a degradação da empresa foi a dificuldade em integrar as contabilidades das empresas de rádio nacionalizadas e das suas participações em outros ramos de atividade. A própria estrutura dos serviços estava a braços com uma tarefa para a qual não estava preparada⁴⁸⁹.

Assim, ao virar da década, a empresa não era auto-sustentável nem tinha qualquer plano orçamental. Como peso adicional contava com os prejuízos das atividades não-radiofónicas que herdara. Para sobreviver, ainda precisava de subsídios do Governo e de empréstimos que, sem qualquer garantia, iam chegando para o pagamento dos salários e despesas de manutenção⁴⁹⁰.

A taxa continuava como um dos principais problemas a resolver, o que se considerava ser uma das principais razões da não existência de uma “autêntica independência face ao poder político”⁴⁹¹. Quando a tutela revoga o estatuto da rádio, em fevereiro de 1979, as contas dos dois anos anteriores ainda não estavam fechadas e a empresa não tinha feito qualquer proposta ao Estado no sentido de avançar para o seu saneamento económico⁴⁹². Na realidade, as contas de 1977 só seriam apresentadas em 1980.

A administração, que agora era dirigida por Humberto Lopes⁴⁹³ faz, à chegada, o diagnóstico da empresa e identifica uma “situação administrativa caótica e uma profunda crise económico-

⁴⁸⁵ Cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979.

⁴⁸⁶ A receita das taxas evoluiu da seguinte forma: 184000 contos (1975); 2000 contos (1976); 300 contos (1977); 102000 contos (1978); 260000 contos (1979); 276000 contos (1980).

⁴⁸⁷ Cf. Resolução do Conselho de Ministros de 7 de dezembro de 1976.

⁴⁸⁸ Cf. Anuário da RDP de 1977.

⁴⁸⁹ A confusão era tanta, nestes anos iniciais, que há registo de episódios como a descoberta numa gaveta de 50000 contos de faturas, à hora de fecho das contas (cf. Relatório e opinião sobre o Balanço e Contas do exercício de 1977, da Comissão de Fiscalização; arquivo da RTP).

⁴⁹⁰ Carlos Ventura (em entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010) recorda-se de um episódio em plena crise: “uma carrinha parar à porta do Quelhas 2 e sair um colega nosso (...) com um tabuleiro, como se fosse um tabuleiro de bolos, cheio de notas; subir as escadas do Quelhas com aquele tabuleiro na mão para pagar os ordenados, já estava tudo em bicha à espera, e aquilo foi pago em dinheiro, que era uma coisa que nunca tinha acontecido”

⁴⁹¹ Cf. Anuário da RDP de 1977, p. 13.

⁴⁹² Cf. Decreto-Lei n.º 17/79, de 8 de fevereiro.

⁴⁹³ Através da Resolução n.º 7-A/79, de 10 de janeiro, publicada no Diário da República n.º 10 I Série, de 12 de janeiro, era exonerada a anterior administração e nomeada uma comissão administrativa composta por Humberto Lopes, Rui Ressurreição, António Aguiar, José Dias e Luís Carlos Sampaio.

financeira"⁴⁹⁴. A RDP estava a perder audiência, sobretudo para a RR, o que podia ser explicado pela falta de uma política criteriosa de programas que havia transformado a empresa numa rádio de esquerda⁴⁹⁵. Tinha 2499 funcionários⁴⁹⁶, mantinha três orquestras, empresas de atividades marginais à rádio e várias despesas no âmbito dos serviços sociais (infantários, bares e refeitórios, um supermercado, subsídios, etc). Para pagar os salários contava com subsídios mensais do Estado⁴⁹⁷. Mas, claramente, além dos problemas financeiros, a rádio estava tecnicamente desatualizada, e os bens que herdara com a nacionalização ainda não eram alvo de uma gestão integrada, apesar de terem sido tomadas algumas iniciativas de racionalização de espaços de emissão⁴⁹⁸. Em 1979, o governo declara a situação económica difícil da RDP⁴⁹⁹. A direção da empresa pretende iniciar uma profunda remodelação, no entanto, não tem meios legais e financeiros que permitam fazê-lo. Opta, pois, por definir objetivos pontuais⁵⁰⁰, numa abordagem imediata.

Como resultado de um longo processo de organização contabilística, as primeiras contas que vieram refletir a verdadeira situação patrimonial e financeira da RDP foram as de 1979. Os prejuízos transitados desde 1975 totalizavam 1 691 000 contos. No entanto, era já visível uma tendência de melhoria nesse ano⁵⁰¹.

VI.1.10 | O INÍCIO DA PRESSÃO REGIONALISTA

Com a nacionalização, o panorama radiofónico disponível em algumas regiões alterou-se, fruto do encerramento ou da mudança nas emissões. Foi o caso de Trás-os-Montes onde, até então, se podia ouvir a emissão da Rádio Alto Douro (que fazia parte do RCP). Com a integração das rádios e a redistribuição das emissões, a rede da Rádio Alto Douro passou a servir também para retransmissão da emissão principal. E a pouca produção local que passou a ter, tornou-se, sobretudo, musical, o que deu origem a uma pressão local no sentido de devolver à região uma emissão de proximidade com

⁴⁹⁴ Cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979, p. 1; arquivo da RTP.

⁴⁹⁵ Cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979, p. 2; arquivo da RTP.

⁴⁹⁶ Dos quais 1775 do sector público, 625 do sector privado, 53 contratados a prazo, 46 requisições e 170 colaboradores (cf. *Ordem de Serviço série A*, nº5/79, de 19 de fevereiro).

⁴⁹⁷ Mensalmente chegavam aos 44.500 contos (cf. *Ordem de Serviço Série A*, nº15/79, de 23 de março).

⁴⁹⁸ Cf. Despacho da administração de 27 de janeiro de 1976, no qual se dividiam as emissões pelos vários estúdios.

⁴⁹⁹ Cf. Resolução n.º110/97, de 28 de fevereiro de 1979.

⁵⁰⁰ Cf. *Ordem de Serviço série A*, nº5/79, de 19 de fevereiro.

⁵⁰¹ Prejuízos dos exercícios: 610000 contos (1977); 649000 contos (1978); 415000 contos (1979); 392000 contos (1980).

preocupações culturais⁵⁰². Tal como este, havia vários pedidos, oriundos de várias regiões, alguns até ao nível dos municípios⁵⁰³.

De facto, a RDP caminhava nesse sentido. O regulamento provisório de 1976 definia já o objetivo de regionalizar, a prazo, em nove regiões, incluindo as ilhas. Mais tarde, o estatuto da RDP afirmará a intenção de avançar com a regionalização, para que, paulatinamente, as emissões possam ter origem em várias zonas do país⁵⁰⁴.

Era preciso desenvolver um plano geral de acordo com as frequências e os meios técnicos disponíveis; o que fez com que, na altura, os objetivos da RDP fossem reduzidos para sete programas regionais (dois nas ilhas, um no norte do país, três no centro e um no sul)⁵⁰⁵. À época, os estúdios regionais participavam regularmente na emissão nacional do Programa 1 e transmitiam emissões próprias através da separação temporária da rede de emissores⁵⁰⁶.

VI.1.11 | OS CANAIS DA RDP

Após a nacionalização, a RDP passou a dispor de várias estações. No entanto, nos primeiros anos mais não fez do que acumular os canais que recebera, sem articular ou controlar as suas programações⁵⁰⁷. Limitou-se a fazer pequenos ajustes.

O seu aumentado leque de emissões passou a incluir programação comercial, com exploração publicitária, e programação de serviço público. O regulamento provisório de 1976 definia 4 canais. O Programa 1 era o herdeiro do programa principal da EN; transmitia em OM e FM, a partir dos estúdios do Quelhas, um programa nacional, não comercial, de carácter informativo, formativo e recreativo, durante 24 horas diárias, com participação dos emissores regionais⁵⁰⁸. O Programa 2, à imagem do seu antecessor da EN, tinha uma dimensão cultural. Era composto, sobretudo, por música clássica, teatro e

⁵⁰² Cf. A quem servem realmente os emissores regionais?. *Jornal de Notícias*, de 5 de maio de 1976.

⁵⁰³ Cf. Os portugueses terão, no futuro, a rádio que merecem. *O Tempo*, de 9 de dezembro de 1976.

⁵⁰⁴ Cf. Artigo 9º do Estatuto.

⁵⁰⁵ Cf. Os portugueses terão, no futuro, a rádio que merecem. *Tempo*, de 9 de dezembro de 1976.

⁵⁰⁶ A grelha de 1977 incluía “Música, texto e pretexto”, entre as 15.00 e as 16.00 horas a partir da RDP Norte, seguido de “Musivária”, até às 17.00, a partir da RDP Centro. Mas, além desta participação, os locais desdobravam parcialmente as emissões. Isso acontecia, de forma mais intensa com a emissão do Programa 3. Na verdade, o mapa de desdobramentos era complexo, sobretudo tendo em conta as várias emissões distintas (locais e regionais) do principal programa comercial. O Programa 3 Regional Lisboa, por exemplo, tinha 20 horas diárias de emissão e coexistia com o Programa 3 Local Lisboa. O Regional Porto preenchia 14 horas com programação própria, o Local Porto misturava emissão regional de Lisboa com produção própria, tal como acontecia com o Regional Régua, o Regional Coimbra ou o Regional Faro. A grelha do Programa 3 era um complexo mosaico nos seus vários emissores. Mas a produção descentralizada era, de facto, bastante.

⁵⁰⁷ Cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979; arquivo da RTP.

⁵⁰⁸ No entanto, o objetivo era, com o tempo, vincar o carácter nacional da emissão e passar definitivamente os desdobramentos regionais para o Programa 3.

palestras, e usava a segunda rede de FM, transmitindo, também, em estéreo. O Programa 3 era constituído por uma emissão comercial, com predomínio de música ligeira e alguns conteúdos a cargo de produtores independentes. Funcionava a partir dos estúdios do ex-RCP, cuja rede de OM (assim como a da ex-Rádio Alto Douro) usava para transmitir; este programa incluía publicidade e desdobramentos de emissão com os regionais, que também podiam passar publicidade local. Era o espaço privilegiado para a transmissão de programas como “Quando o telefone toca” ou “Clube das donas de casa”. O Programa 4 tinha origem nos estúdios do ex-RCP e servia-se da sua rede de FM. Era um canal moderadamente comercial, que apostava em conteúdos musicais (ligeiros ou eruditos) de qualidade, razão pela qual emitia, por vezes, em estereofonia).

Além dos quatro já referidos, existia a emissão internacional em OC da ex-EN, e duas emissões locais, comerciais e ligeiras, uma para a capital, com o Programa 3 Local de Lisboa (ex-EAL) e outra para o Porto, com o Programa 3 Local oriundo dos ENR. Simultaneamente, dispunha ainda do Programa Local da Régua, proveniente da ex-Rádio Alto Douro. A Rádio Ribatejo ficara inativa. No final da década, a RDP tinha, ao todo, um canal internacional⁵⁰⁹, quatro nacionais, cinco regionais e três locais⁵¹⁰. Havia uma direção provisória para a área de programação comercial e uma redação comum, embora se produzissem noticiários individualizados. Nesta altura, a tendência de mercado era já clara: a FM estava em franca expansão e já se percebera que a generalização dos recetores era inevitável.

Aproveitando este imenso campo de ação, a rádio pública definia várias linhas de força: reforçar a consciência política e cívica⁵¹¹, consolidar a democracia, regionalizar, formar, informar e entreter, dirigindo-se a um público transversal⁵¹². Esta orientação era particularmente evidente no Programa 1, cuja emissão se enquadrava num espírito de “rádio todo o serviço”. Porém, a instabilidade interna não havia ainda sido erradicada. Embora menos frequentemente, a emissão ainda vagueava, por vezes, ao sabor das convicções políticas de quem estava ao microfone⁵¹³.

O espaço dos quatro canais foi-se estabelecendo e, de certa forma, delimitando o lugar de cada um deles, apesar da ausência de políticas de programação coerentes. O Programa 1 foi, ainda durante algum tempo, o mais ouvido dos canais públicos. Em 1978, a sua audiência estava estimada em 2582000 ouvintes⁵¹⁴. A divulgação da música portuguesa, que ocupava 40% da emissão, era já uma

⁵⁰⁹ A RDP prosseguia com as suas emissões em OC para a Europa, Extremo Oriente, África, América do Norte, Venezuela, Brasil e Índia. A grande parte das emissões era feita em português, embora existissem conteúdos em francês, inglês, alemão, italiano, espanhol e concani.

⁵¹⁰ Cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979; arquivo da RTP.

⁵¹¹ Segundo João Figueiredo os conteúdos que a RDP devia privilegiar eram “formação política, reforma agrária, divulgação de técnicas agrícolas e pecuárias, organização cooperativa, cultura portuguesa (literatura, história, folclore), higiene (alimentar, habitacional, individual), saúde, economia, poluição, transportes, defesa do consumidor, promoção do desporto, turismo interno, etc” (cf. Os portugueses terão, no futuro, a rádio que merecem. *Tempo*, de 9 de dezembro de 1976).

⁵¹² Linhas provisórias de orientação da RDP, publicadas em *Ordem de Serviço Série A*, nº6/76, de 9 de fevereiro de 1976.

⁵¹³ Cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979; arquivo da RTP.

⁵¹⁴ Cf. Dossier da visita do conselho de informação para a RDP, 22 de março de 1978; arquivo da RTP.

linha mestra da estação⁵¹⁵. O Programa 2 transmitia apenas 17 horas diárias e tinha uma audiência estimada de 198 000 ouvintes. Apenas 20% da sua programação era constituída por conteúdos falados, o restante era música. As orquestras sinfónicas de Lisboa e do Porto eram um elemento precioso nesta programação. O Programa 3 também pretendia ser tematicamente transversal, tal como o Programa 1. Mas a sua vocação urbana era claramente maior e a publicidade que tinha dava-lhe uma dinâmica mais intensa. Tinha aproximadamente 2380000 ouvintes e entre os seus realizadores contavam-se Pedro Castelo, Orlando Dias Agudo ou Maria Estrela Serrano. O Programa 4 funcionava durante 16 horas, em estéreo, e era ouvido, aproximadamente, por 287000 portugueses. A sua programação, na qual se incluíam espaços ligados ao cinema, artes plásticas, ciências ou literatura, primava pela escolha e pela novidade musicais. Tinha um alvo mais seleccionado, dirigia-se a jovens e quadros médios e superiores. A sua programação tinha a presença de nomes como João David Nunes, Jaime Fernandes ou Júlio Isidro.

Porém, apesar destas orientações, o estabelecimento de políticas formais de antena não estava ainda implementado na RDP. Frequentemente, a definição dos objetivos de determinados programas era, simplesmente, da responsabilidade dos realizadores. E sem uma filosofia de canal que articulasse os objetivos dos programas, era possível que, por um lado, determinados conteúdos ou públicos não fossem abrangidos, e por outro, que houvesse excesso ou concentração de alguns géneros⁵¹⁶.

Em 1979 os programas 3 e 4 separaram-se dos dois primeiros, assumindo a sua dimensão comercial. Passariam a chamar-se Rádio Comercial e a transmitir em OM e FM. Nascia um importante espaço de criatividade de onde iriam despontar vários nomes e programas que ficariam na história da rádio portuguesa⁵¹⁷.

VI.1.12 | A REESTRUTURAÇÃO

A primeira comissão administrativa da rádio pública liderada por um civil foi nomeada no início de janeiro de 1979⁵¹⁸. No entanto, Humberto Lopes (e a sua equipa) teria vida curta no lugar, uma vez que, em setembro, seria substituído.

⁵¹⁵ O seu mapa diário estava dividido em quatro grandes painéis: a "Música na noite", entre a 01.00 e as 07.00 horas, com produção dos centros regionais; o "Programa da Manhã", até às 10.00 horas com António Sala; a "Sequência 10-13", realizada por Maria Júlia, e onde se incluíam espaços de defesa do consumidor, saúde ou educação, e o "Contraponto", de José Manuel Nunes, com uma temática predominantemente sociocultural, entre as 21.20 e as 24.00 horas. Havia ainda espaços ligados ao sindicalismo, à literatura, à divulgação da história, à arte, etc. (cf. Dossier da visita do conselho de informação para a RDP, 22 de março de 1978; arquivo da RTP).

⁵¹⁶ Cf. Inquérito aos realizadores da RDP, abril de 1986; arquivo da RTP.

⁵¹⁷ Cf. *Ordem de Serviço Série A*, n.º 2/79, de 7 de Fevereiro; "Memórias", in *Visão*, de 25 de março de 1993.

⁵¹⁸ Cf. Resolução n.º 7-A/79, de 10 de janeiro, publicada no Diário da República n.º 10, I Série, de 12 de janeiro.

Uma das heranças que Lopes deixa é um relatório muito contundente em relação às condições da empresa. Lopes propunha várias soluções, mas sabia que, na verdade, não teria tempo de as implementar na totalidade, tendo em conta a instabilidade política da época⁵¹⁹. Ainda assim, conseguiu levar a cabo uma reestruturação orgânica da empresa, canalizando meios para as emissões de rádio – que eram a verdadeira essência da atividade da RDP. "A RDP existe para fazer rádio", afirmava Humberto Lopes⁵²⁰. Elaborou, ainda, uma política de programas com o objetivo de dar identidade aos canais (que, como veremos adiante, não existia), de terminar com a confusão de algumas emissões⁵²¹ e de implementar um nível de planeamento e coordenação que não existiam⁵²². É extinta a direção do serviço de programas e são criados, ao mesmo nível, quatro centros de produção: programas comerciais, não comerciais, informação e exploração. Ou seja, a informação é, pela primeira vez, autonomizada na rádio pública. Deixa de estar dependente da direção de programas e da própria CA, como vinha a acontecer nos últimos anos⁵²³. Adicionalmente, a informação ganhava uma linha de orientação específica que correspondia à identidade de cada canal⁵²⁴. A resposta à gestão da comissão administrativa (que era acusada de arbitrariedade e prepotência) é imediata: uma dezena de sindicatos ameaça com um aviso de greve de zelo⁵²⁵.

Recorde-se que muitos dos aspetos que estavam previstos no estatuto da RDP, nunca haviam chegado a ser implementados⁵²⁶. E no final da década, a tutela, não só considerava desajustada a natureza do estatuto de 1976, como considerava o normativo incapaz de conduzir a empresa ao necessário equilíbrio, que tardava em ser conseguido. A RDP devia, nesta altura, cerca de um milhão e 600 mil contos⁵²⁷. Por tudo isto, o governo de Mota Pinto tenta revogar o estatuto da RDP, criando um regime excepcional, ainda em fevereiro de 1979⁵²⁸. Porém, no mês seguinte, a Assembleia da República recusa a ratificação do Decreto-Lei⁵²⁹ que criava esse regime excepcional, passando a RDP a reger-se,

⁵¹⁹ Cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979; arquivo da RTP.

⁵²⁰ Cf. *Ordem de Serviço Série A*, n.º 2/79, de 7 de Fevereiro.

⁵²¹ Lopes insurgiu-se contra a "amalgama de programas" da emissão 3 (cf. *Ordem de Serviço Série A*, n.º 2/79, de 7 de fevereiro). Imediatamente, o Programa Local 3 de Lisboa seria suspenso a 1 de março de 1979 (cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º 6/79, de 28 de fevereiro).

⁵²² Cf. *Ordem de Serviço Série A*, n.º 2/79, de 7 de fevereiro.

⁵²³ Cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º 30/79, de 26 de junho.

⁵²⁴ Ao contrário do que acontecia até então, a administração pretendia que cada canal tivesse uma informação que, na forma e no conteúdo, se adequasse aos seus diferentes públicos, nomeadamente: com sobriedade e transversalidade no primeiro canal, com profundidade no segundo, bem como na emissão FM da Comercial, e mais popular e dinâmica na OM da Comercial (cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º 30/79, de 26 de junho).

⁵²⁵ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º 26/79, de 7 de junho.

⁵²⁶ Cf. Decreto-Lei n.º 371-A/79, de 6 de setembro.

⁵²⁷ Cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º 5/79, de 19 de fevereiro.

⁵²⁸ Cf. Decreto-Lei n.º 17/79, de 8 de fevereiro.

⁵²⁹ Cf. Resolução n.º 82/79, de 23 de março.

transitoriamente, pelas bases gerais das empresas públicas⁵³⁰. Em 1979 e 1980 dois novos projetos de estatutos da RDP são declarados inconstitucionais⁵³¹, e só em 1984 os estatutos serão, finalmente, aprovados, como veremos à frente.

VI.1.13 | A INFLUÊNCIA POLÍTICA

Ao terminar a década era evidente que, apesar de a RDP ter deixado de ser a rádio do regime, não se tinha tornado numa rádio independente. Isso não tinha sido trazido pela jovem democracia portuguesa. Meio ano depois da nacionalização, Estrela Serrano considerava que os receios relativos à independência da rádio eram fundamentados e alertava para a tentação que o poder continuava a ter:

“a tentação dirigista não é exclusiva dos regimes totalitários (...). Insinua-se também nos regimes democráticos. É a escolha de elementos de confiança política, ainda que profissionalmente ineptos. É a seleção prévia dos conteúdos a programar. São as pressões das cúpulas políticas. E são também os argumentos da ‘falta de oportunidade’ ou da ‘impreparação do povo’ a impedirem o tratamento de temas considerados acima da ‘temperatura’ desejável. É necessário que esta tentação seja ultrapassada”⁵³².

Aliás, nessa altura, o próprio presidente da Comissão Administrativa da RDP, o major João Figueiredo reconhece, que era difícil a rádio manter-se “independente do poder político, o que, na fase de aprendizagem geral, a todos os níveis, em que o País ainda se encontra, não será tarefa fácil de conseguir”⁵³³.

Logo depois do PREC verificava-se, por um lado, uma clara necessidade de um crescimento deontológico da parte dos trabalhadores, que não poderiam pôr à frente os seus interesses partidários. Por outro, havia alguma esperança nos órgãos recém-instituídos pelo estatuto para a fortificação do pluralismo interno. No entanto, o estatuto da RDP nunca chegou a ser posto em prática, em muitas das suas vertentes, como já referimos. Por isso, os mecanismos aí propostos nunca chegaram a ter o seu efeito. E assim, o processo de estabilização ideológica da RDP foi lento.

⁵³⁰ Cf. Decreto-Lei n.º260/76, de 8 de abril.

⁵³¹ Cf. Resolução n.º300/79, de 16 de outubro e Resolução n.º 170/80, de 22 de maio.

⁵³² Cf. Realizadores da RDP debatem problemas da rádio. *A Capital*, de 29 de novembro de 1976.

⁵³³ Cf. Os portugueses terão, no futuro, a rádio que merecem. *Tempo*, de 9 de dezembro de 1976.

A RDP não tinha desenvolvido nem uma independência política, nem uma tranquilidade ideológica. Segundo Adelino Gomes⁵³⁴, “na rádio nacionalizada do pós-25 de novembro prevaleceu a linha estatal da EN (...). Com breves exceções, os governos da democracia quiseram utilizá-la em proveito próprio e os partidos do bloco central, PPD/PSD e PS, sempre que puderam partiram e repartiram, entre os seus, os melhores bocados”⁵³⁵.

Na televisão, o processo era semelhante. A RTP teve, no pós-25 de abril, uma época caracterizada pelos “comissários políticos”, como afirma Barata-Feyo (2002: 15). O ex-diretor de informação da RTP explica como o

“pecado original da RTP nasceu com o singular Estatuto governamental, único na União Europeia, que lhe foi atribuído pelo 25 de Abril. O governo nomeia o presidente do conselho de gerência ou de administração que, por seu turno, nomeia os directores - inclusive os de Informação e os de Programas que deviam ter autonomia e independência editoriais e funcionais, como estipulado na Lei da Televisão - bem como todas as macro e micro-estruturas da empresa. Todos se tornam, assim, de alto a baixo, criaturas e potenciais instrumentos do governo” (2002: 19-20).

Nos anos iniciais da democracia portuguesa, os primeiros governos constitucionais vão-se interrompendo e sucedendo entre 1976 e 1987, altura em que o décimo primeiro⁵³⁶ vai iniciar funções e, pela primeira vez, levará o mandato até ao fim. Nesses 11 anos há uma enorme rotatividade dirigente. Só nesta década, após a entrada em funções do III Governo Constitucional, a 29 de agosto de 1978, dá-se uma remodelação na Comissão Administrativa da RDP a 6 de novembro. Pouco depois, toma posse o IV Governo, a 22 de novembro, e é nomeada uma nova administração em 12 de janeiro de 1979. O V Governo, chefiado por Maria de Lurdes Pintassilgo, toma posse a 7 de julho de 1979, a direção da RDP é exonerada, sendo nomeada uma nova a partir de 19 de setembro. O VI Governo, de Francisco Sá Carneiro toma posse a 3 de janeiro de 1980; a administração da RDP muda a 15 de fevereiro. As administrações da RDP sucediam-se ao ritmo das mudanças governamentais. Assim será, também na década seguinte. Nobre-Correia denunciava esse controlo, mesmo depois da passagem a sociedade anónima da RDP, que será referida adiante:

⁵³⁴ Gomes foi diretor de informação na rádio pública entre 1995 e 1997. É provedor do ouvinte desde 2008.

⁵³⁵ Cf. As causas da coisa radiofónica. *Público*, de 31 de dezembro de 2002.

⁵³⁶ Liderado por Cavaco Silva.

“A nomeação de novas administrações logo nas primeiras semanas da chegada ao poder foi um mau serviço prestado pelo Governo à RDP e à RTP. (...) A rapidez e o radicalismo de tais decisões só podem confirmar, porém, a impressão da dependência da rádio e da televisão públicas em relação ao Executivo. A impressão que mais não são do que ‘a voz do dono’”⁵³⁷.

A ideia que era transmitida pelos quadros dirigentes dos *media* públicos e pelos *opinion makers* era, pois, de uma subordinação das estações ao poder político.

VI.2 | A DÉCADA DE 80: A REESTRUTURAÇÃO

VI.2.1 | A DIFÍCIL GESTÃO DA RÁDIO PÚBLICA

Ao entrar na nova década, a RDP é, então, uma empresa em dificuldades. Mas, mais do que isso, é uma empresa à espera: do saneamento financeiro, da aprovação de uma Lei da Rádio, dos estatutos da empresa e dos trabalhadores, e da resolução das complexas situações dos seus funcionários.

Com a entrada em funções do novo governo, a 19 de setembro é nomeada outra administração, encabeçada por Amílcar Martins⁵³⁸. Esta ficará no cargo ainda menos tempo que a de Humberto Lopes. Uma das primeiras deliberações de Martins foi o reforço da posição da informação na estrutura⁵³⁹. Era uma das faces da nova arrumação da orgânica da empresa⁵⁴⁰. Porém, nada chega a acontecer, de facto. Em fevereiro de 1980, João Barreiros Cardoso é nomeado para encabeçar a nova administração da RDP⁵⁴¹ e, imediatamente após a primeira reunião, suspende várias das alterações feitas pelas administrações anteriores; há estruturas que são repostas ou de novo reorganizadas, há movimentação de pessoal que deve ser revertida e alterações de categorias e cargos de chefia⁵⁴². Entre janeiro de 1979 e fevereiro de 1980, a RDP tem três administrações, nomeadas por outros tantos governos. À instabilidade política correspondia a rotatividade diretiva da RDP, resultando em avanços

⁵³⁷ Cf. Ouvir e ver a diferença. *Expresso*, de 16 de dezembro de 1995.

⁵³⁸ Com José Manuel Fonseca, Rui Santos, António Aguiar e José Dias como vogais.

⁵³⁹ Cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º46/79, de 19 de outubro e *Ordem de Serviço série A*, n.º48/79, de 31 de outubro.

⁵⁴⁰ Cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º3/80, de 6 de fevereiro.

⁵⁴¹ Tendo como vogais António Aguiar, José Costa e Arlindo de Carvalho.

⁵⁴² Cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º9/80, de 22 de fevereiro; *Ordem de Serviço série A*, n.º10/80, de 25 de fevereiro; *Ordem de Serviço série A*, n.º11, de 29 de fevereiro; *Ordem de Serviço série A*, n.º12, de 4 de março; n.º15/80, de 10 de março.

e recuos na reorganização da empresa. A instabilidade interna é evidente. Uma greve de três dias, logo em março, levou à passagem das emissões para outros locais, nomeadamente para os regionais, que garantiram alguns períodos da programação⁵⁴³. É uma época de luta dos trabalhadores. São recorrentes dentro da empresa os comunicados da administração para que os períodos de paralisação decorram sem infrações à lei. Em 1983, duas greves afetam a empresa. Uma em julho e outra em agosto. Nesta última, na qual estavam em causa reivindicações salariais, os trabalhadores chegam a desligar o emissor do Porto Alto (RC em OM) e a parar a emissão internacional (Reis, 1996).

A rádio pública era considerada lenta na capacidade de resposta e decisão, plena de burocracia, sem comunicação horizontal e com elevados custos de funcionamento⁵⁴⁴. Produziam-se demasiados papéis na RDP⁵⁴⁵. Barreiros Cardoso era sensível a esses problemas e avançou com diversas alterações internas na RDP⁵⁴⁶. O seu objetivo era que empresa passasse a planificar a prazo⁵⁴⁷.

Nos primeiros anos da década de 80, o emagrecimento da empresa é visível. O número de funcionários diminui 3% em 1980; 4,2% em 1981; 1,6% em 1982; 12% em 1983 e 0,9% em 1984. A RDP chega a 1985 com 2028 trabalhadores⁵⁴⁸. Mas, é, ainda, uma empresa enorme. Embora a RDP pretendesse respeitar o ritmo natural de saídas⁵⁴⁹, havia iniciado, em 1981, uma política de reformas antecipadas⁵⁵⁰.

O redimensionamento da empresa era acompanhado por um investimento nos recursos humanos. A formação começa a fazer parte da política de gestão da rádio. Desde o final de 1977 que estava em funcionamento um centro de formação e aperfeiçoamento profissional. Além disso, paulatinamente, iam-se ajustando as funções às categorias e respetivas retribuições. A resposta às necessidades funcionais da rádio era feita, frequentemente, através de recrutamento interno. E embora isso resultasse numa grande capacidade de movimentação profissional, muitas vezes resultava numa diferença entre as funções dos trabalhadores e as categorias em que estavam classificados. Esse era um

⁵⁴³ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º21/80, de 17 de março e *Ordem de Serviço série A*, n.º24/80, de 20 de março.

⁵⁴⁴ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º58/80, de 31 de julho.

⁵⁴⁵ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º69/80, de 25 de agosto.

⁵⁴⁶ Desde a regulamentação de horários de trabalho ou a simples reprodução de fotocópias, à reestruturação ou criação de serviços. É um período de reorganização da macroestrutura, à qual se segue uma fase de definição das microestruturas.

⁵⁴⁷ É criado o Gabinete de Estudos e Planeamento para desenvolver planos estratégicos e operacionais, projetos de reestruturação, desenvolver estudos de audiência, opinião ou de implementação de sistemas de gestão (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º58/80, de 31 de julho; mais tarde reestruturado pela *Ordem de serviço série A*, n.º25/82, de 26 de abril).

⁵⁴⁸ Em 1986, a tendência inverte-se: o número de funcionários passou de 2028 para 2038; em 1987 para 2040; em 1988 para 2015.

⁵⁴⁹ Cf. *Boletim interno da RDP*, n.º2, de janeiro de 1981.

⁵⁵⁰ Esta iniciativa, apesar de resultar na diminuição de efetivos, não resultou na alteração da distribuição etária dos trabalhadores (cf. Estudo de reestruturação financeira e proposta de contrato-programa para 1985/88 da RDP - 2ª versão; arquivo da RTP).

dos problemas que a direção tinha em mãos e que procurava solucionar⁵⁵¹. Porém, o problema maior resultava da confusão relativa às diferentes naturezas dos vínculos dos seus funcionários. Havia necessidade de definir o regime jurídico dos trabalhadores da rádio pública. Entre outras questões, levantava-se a dúvida sobre as aposentações dos ex-funcionários da EN⁵⁵². Em meados de 1981, avança um anteprojeto de Decreto-Lei, com vista a regulamentar o regime jurídico dos trabalhadores. O documento previa a coexistência (que, de facto, veio a acontecer) de trabalhadores com contratos de natureza privada e vínculos vitalícios à função pública, no caso dos trabalhadores da ex-EN⁵⁵³.

A organização da empresa encontrava, igualmente grandes obstáculos na gestão do património imobiliário. A dispersão dos serviços por vários edifícios na cidade continuava a ser um óbice⁵⁵⁴. A administração avança, então, pela primeira vez, com a realização de um estudo para uma "casa da rádio"⁵⁵⁵. Mas a construção desse projeto estava dependente da vontade política.

Entretanto, na sua gestão quotidiana, a RDP deparava-se com a inexistência de uma lei da rádio, ou de normativos específicos para a rádio pública. Enquanto essa situação não se resolvia, a rádio pública adotava, por analogia, os procedimentos da RTP⁵⁵⁶; isto acontecia com o direito de antena, ou com a composição dos conselhos de redação.

Já em agosto de 1981, na sequência da entrada em funções de um novo governo⁵⁵⁷, a RDP receberia uma nova CA, dirigida por Manuel Marques Magro⁵⁵⁸. Com a nova direção, prosseguiriam as remodelações da orgânica da rádio a todos os níveis. Em meados de 1983, Mário Soares é empossado como Primeiro ministro. Na RDP entra uma nova administração, encabeçada por Bráulio Barbosa⁵⁵⁹. Barbosa ficará à frente da rádio pública até 1986. Ao iniciar funções, as palavras de ordem da

⁵⁵¹ Nomeadamente, através do Projeto de carreiras profissionais previsto no plano de gestão de 1982. Incluído neste processo estava também o regulamento de avaliação dos funcionários (cf. *Ordem de serviço, série A*, n.º18/82, de 15 de março).

⁵⁵² A Caixa Geral de Aposentações defendia a sua responsabilidade meramente sobre o tempo de serviço prestado na ex-EN, ao contrário do que defendia a RDP.

⁵⁵³ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º41/81, de 16 de julho.

⁵⁵⁴ Apenas ao nível dos serviços centrais, em 1985 a RDP tinha serviços financeiros na Rua Castilho, programas nos n.ºs 2 e 21 da Rua do Quelhas, na Rua Sampaio e Pina e estúdios de gravação na Rua de São Marçal. Em Lisboa, a RDP tinha 13 edifícios.

⁵⁵⁵ Cf. OLIVEIRA, L. M. A. 1980. A casa da rádio. *Boletim interno da RDP*. pp. 9-13.

⁵⁵⁶ Cf. Lei da Radiotelevisão (Lei n.º 75/79, de 29 de novembro).

⁵⁵⁷ O VII Governo Constitucional toma posse em janeiro de 1981. A nomeação de Magro é de março, para início de funções em agosto.

⁵⁵⁸ Cf. Resolução n.º184/81, publicada no Diário da República n.º189, de 19 de março. Faziam parte desta comissão os vogais António Aguiar, José Manuel Ferreira e Francisco Mascarenhas.

⁵⁵⁹ Por resolução do Conselho de Ministros de 29 de setembro de 1983, a administração da RDP passa a ser composta por Bráulio Barbosa (presidente), Carlos Adrião Rodrigues, Fausto Correia, José Ferreira e António Aguiar (vogais). Por resolução do Conselho de Ministros de 4 de outubro de 1984, Arlindo de Carvalho substitui José Ferreira. António Aguiar seria substituído por Manuel Cardoso Menezes em 1986.

administração de Barbosa não serão diferentes das que se ouviram antes: contenção de custos, maior produtividade e racionalização de processos⁵⁶⁰.

Barbosa sairia da RDP no último trimestre de 1987. Para a presidência do CA da rádio pública passaria Arlindo de Carvalho⁵⁶¹. As prioridades da administração passariam a ser a aposta na regionalização, concorrendo com as locais e a melhoria do serviço internacional⁵⁶².

VI.2.2 | O SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO

Nos primeiros anos da década de 80, os canais da RDP estavam, claramente, divididos em dois sectores: o de serviço público e o comercial. Esta separação em dois serviços data da nacionalização. O desenvolvimento da estratégia da empresa foi-se estruturando a partir desse princípio. Porém, nesta altura, e durante algum tempo, chegou a haver publicidade nos canais de serviço público.

Até 1982, as referências escritas à missão do serviço público encontravam-se espalhadas pelas diferentes comunicações internas ou pelos estatutos. Tratavam-se, sobretudo, de indicações genéricas, feitas em momentos de remodelação dos vários sectores, nomeadamente da informação⁵⁶³ e dos programas não comerciais⁵⁶⁴. Em qualquer dos casos, as referências à orgânica e ao funcionamento dos sectores eram sempre mais pormenorizadas do que as características da missão pública. Só em 1982 é usada na orgânica da empresa a expressão serviço público, com a criação da Direcção de Programas RDP/Serviço Público. E, nessa altura, ela é enquadrada e estudada com algum pormenor⁵⁶⁵. O serviço público era, nesta altura, constituído pela Antena 1 (para o grande público, 24 horas por dia), Programa 2 (de promoção cultural), RDP Internacional (com uma emissão que privilegiava a manutenção dos laços culturais e afetivos com a comunidade portuguesa e com as emissões em língua

⁵⁶⁰ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º56/83 (s/d). Durante a administração de Bráulio Barbosa é criado um grupo de trabalho destinado a analisar e estudar formas de melhorar a orgânica e a eficácia dos vários sectores, incluindo o que estava relacionado com o orçamento (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º11/84, de 5 de abril). Na sequência deste grupo, é criado, em 1986, um gabinete de organização e métodos, cujo objetivo é uma análise conducente à melhoria de produtividade (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º27/86, de 11 de junho). Uma das medidas tomadas por esta administração é a “descentralização da gestão e a valorização das hierarquias” (cf. O presidente do C.A. da RDP Dr. Bráulio Barbosa ao ‘informação rádio’. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º 7, de junho de 1985).

⁵⁶¹ Toma posse a 16 de outubro de 1987. Como vogais iriam manter-se Fausto Correia e Cardoso de Menezes. A administração passa de cinco para três elementos.

⁵⁶² Cf. Rádio Comercial será privatizada em outubro de 88. *Expresso*, de 17 de outubro de 1987.

⁵⁶³ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º 30/79, de 26 de junho (são definidas as características que devem identificar a informação de cada canal).

⁵⁶⁴ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º 11/79, de 14 de março; *Ordem de serviço série A*, n.º3/80, de 6 de fevereiro; *Ordem de serviço série A*, n.º25/80 de 21 de março; *Ordem de serviço série A*, n.º51/82 de 30 de setembro (acerca da evolução do sector não comercial de programas)

⁵⁶⁵ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º51/82, de 30 de setembro e *Ordem de serviço série A*, n.º1/83, de 3 de fevereiro; bem como GABINETE DE PLANEAMENTO DA RDP. 1982. Projecto Óptica Divisional/Serviço Público, de 15 de março de 1982; arquivo da RTP.

estrangeira, que serviam a imagem externa do país), pelos centros regionais da RDP (norte, centro e sul, que contribuía com emissões ligadas à região) assim como pelos das regiões autónomas (Açores e Madeira). Eram também considerados, para efeitos da orgânica, o centro de exploração e a direção de informação.

O serviço público tinha como linhas mestras a variedade de programas e a complementaridade nacional, regional e local. As emissões deviam responder a necessidades sociais, democráticas e manter uma dimensão educativa ou, simplesmente, de entretenimento de qualidade. Através do serviço público de rádio, o maior número possível de ouvintes deveria ter acesso às mais variadas formas de cultura. A difusão da cultura e dos valores nacionais, principalmente através da OC, era outra das funções mais relevantes da rádio pública. A programação devia assentar em pilares como diversidade, pluralismo ideológico, qualidade, equilíbrio, rigor, objetividade, imparcialidade, não perturbando, de forma alguma, a paz e a sensibilidade sociais. A igualdade no acesso de diferentes pensamentos à rádio devia ser garantida pelo direito de antena (cuja implementação havia sido desenvolvida ao longo do ano de 1982). A missão da rádio pública era baseada numa independência face aos poderes político e económico. A Antena 1 e a emissão em OC poderiam ter publicidade num máximo de seis minutos por hora; o objetivo não seria o lucro, mas sim o benefício social, tal como estava regulamentado. O controlo do serviço seria feito pelo público, através de um órgão a institucionalizar.

Esta dualidade estava bem presente no objeto da RDP: entendia-se que o objetivo principal era a prestação de um serviço público de rádio, no entanto, a empresa poderia ter atividades complementares, ligadas à radiodifusão comercial⁵⁶⁶. Mais tarde, haverá uma mudança de orientação que terminará com esta posição da RDP.

Como já vimos, os anos 80 são um período de questionamento da legitimidade do serviço público, devido às mudanças tecnológicas e de mercado. Pela Europa haviam aparecido operadores privados, provocando uma enorme mudança estrutural no sector. A manutenção do monopólio do Estado no sector da radiodifusão, radicava na gestão de um bem escasso, que é o espectro radioelétrico.

Em pleno turbilhão, Alasdair Milne, o diretor-geral da BBC, considerava, em 1985, que se estava a atravessar um momento de reavaliação dos fundamentos e dos objetivos destes canais. Milne, que definia a emissão de serviço público como “a radiodifusão que exerce as suas atividades em todos os domínios, de acordo com o interesse do público”, explicava que o

“serviço público não deve apenas dar provas de paciência, mas criar novas convenções programáticas e explorar novos filões, de acordo com a ideia de que

⁵⁶⁶ Cf. Estudo de reestruturação financeira e proposta de contrato programa para 1985/88 da RDP, outubro de 1985; arquivo da RTP.

toda a concepção estática do gosto do público é falsa e ilusória”, uma vez que “as características culturais de uma comunidade nacional são naturalmente mutáveis”⁵⁶⁷.

O pensamento de Milne era no sentido da reinvenção constante da rádio pública, de acordo com a evolução do gosto dos vários sectores do público. Ele considerava que objetivos distintos justificavam a coexistência dos sectores: “os primeiros [serviço público] servem para fazer programas e os segundos [comerciais] para fazer dinheiro”⁵⁶⁸. Aqui residia a particularidade do sistema português. Tinha os dois.

VI.2.3 | O SANEAMENTO ECONÓMICO

A RDP está, oficialmente, em situação económica difícil, desde 1979⁵⁶⁹. O diagnóstico da situação era claro: privada das taxas até esse ano, a RDP tinha de recorrer a empréstimos estatais e bancários para garantir a sua atividade, uma vez que a publicidade não chegava para as despesas. Esta foi a origem dos sucessivos resultados negativos. Em 1976, o Estado nacionalizou, mas, “não injectou na Empresa o capital mínimo necessário à continuação regular da sua exploração e do objecto com que foi criada”, explicava Carlos Sousa Brito, secretário de estado da comunicação social⁵⁷⁰.

Para a tutela, era urgente que a RDP apresentasse uma proposta de acordo de saneamento económico-financeiro (ASEF). Mas, o governo pretendia, também, que a RDP racionalizasse a cobertura nacional em FM e OM, tendo em conta a desatualização técnica dos meios existentes, que propusesse um estatuto para o seu pessoal, e que fixasse o seu capital estatutário.

Imediatamente, a empresa avançou com um plano de ações prioritárias, que incluía a consolidação e o alargamento da cobertura radiofónica e a remodelação e reapetrechamento de estúdios e outros meios técnicos⁵⁷¹. Para suportar esses investimentos tecnológicos e para evitar a rutura da empresa, a RDP contou, ainda em 1980, com uma verba do Orçamento Geral do Estado⁵⁷². Embora a primeira proposta

⁵⁶⁷ Cf. O futuro da Radiodifusão de serviço público na Europa. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º8, de outubro de 1985, pp. 9-10.

⁵⁶⁸ Cf. O futuro da Radiodifusão de serviço público na Europa. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º8, de outubro de 1985, pp. 9-10.

⁵⁶⁹ O governo prolongará esse estatuto por um ano, no início de 1980, de acordo com a Resolução n.º 101/80, de 23 de fevereiro.

⁵⁷⁰ Cf. Entregue ao Estado o projecto de acordo de saneamento económico-financeiro. *Boletim interno da RDP* de 1980, p. 22.

⁵⁷¹ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º 74/80, de 2 de setembro.

⁵⁷² Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1980.

do ASEF tenha sido entregue ainda em setembro de 1980, apenas em fevereiro de 1982 esse acordo seria firmado com o Estado⁵⁷³.

A RDP debatia-se com outros problemas da mesma ordem, nomeadamente a regularização da sua contabilidade. Só em 1980 se considerou ultrapassada a confusão dos anos anteriores. Além disso, era necessário resolver o problema da taxa, cujo valor já se considerava desajustado. No final desse ano encontravam-se cobertos apenas 55% dos consumidores de energia eléctrica⁵⁷⁴. O que acontecia, em suma, era que a RDP tinha um exagerado passivo a curto prazo, excesso de créditos a médio e longo prazo e insuficiência de capital próprio⁵⁷⁵. A solução passava, internamente pela implementação de medidas de austeridade e contenção de gastos⁵⁷⁶.

É precisamente para fazer face a esta situação que a RDP decide abrir a exploração publicitária a todos os seus canais, existentes ou que viessem a ser criados⁵⁷⁷. Na verdade, não existia impedimento legal a tal alargamento, e essa era uma fonte de receitas que se afigurava interessante. A publicidade era considerada um mal necessário. Entendia-se que uma boa planificação podia impedir o prejuízo do ouvinte e que podia haver diferenças entre a grande massa publicitária da RC e uma outra “publicidade de prestígio”⁵⁷⁸. No entanto, esta nunca foi uma solução consensual⁵⁷⁹. No final de 1981 a direção da empresa decide terminar a experiência. A justificação da administração apontou a não existência prévia de um estudo de mercado que apoiasse o alargamento da publicidade, bem como a falta de estrutura interna e o facto de a Antena 1 ter explorado segmentos que já eram cobertos pela RR e pela RC⁵⁸⁰. A publicidade no primeiro canal (e na OC) passaria, pois, a existir dentro de critérios mais apertados e consentâneos com o serviço público: publicidade coletiva e de interesse geral; de prestígio, formativa e de divulgação, institucional e de serviço público. Mas, em 1982, a cessação de publicidade comercial na Antena 1 provocou uma queda de 61,7 mil contos no total faturado pela RDP⁵⁸¹.

Pode afirmar-se que a RDP inicia uma nova fase em 1982. A formalização do ASEF⁵⁸² é o momento decisivo no processo de viabilização da RDP. Aqui se definiam, entre outros pontos, a previsão da

⁵⁷³ Publicado na II série do Diário da República de 31 de março de 1982.

⁵⁷⁴ Publicado na II série do Diário da República de 31 de março de 1982.

⁵⁷⁵ Publicado na II série do Diário da República de 31 de março de 1982.

⁵⁷⁶ Por determinação governamental, a RDP tem de reduzir em 20% a energia eléctrica que gasta a partir de 1981 (cf. *Ordem de serviço, série A*, n.º 15/81, de 24 de fevereiro).

⁵⁷⁷ Cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º 75/80, de 5 de setembro.

⁵⁷⁸ Cf. Publicidade na rádio, um mal necessário. *Boletim interno da RDP*, de 1980, pág. 15-20.

⁵⁷⁹ Num estudo feito em meados de 1981 (cf. *Opinião sobre a RDP e a sua programação*, maio de 1981; arquivo da RTP), cerca de metade (56,3%) dos indivíduos que reconheciam a publicidade na Antena 1 concordavam com ela; o número aumentava (62,3%) em relação ao Programa 2. O facto de já ser paga uma taxa não era a principal razão para discordarem da publicidade. O que pesava mais no desacordo era o excesso de tempo ocupado pela publicidade.

⁵⁸⁰ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º 54/81, de 24 de novembro.

⁵⁸¹ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1982.

⁵⁸² Foi assinado com o Estado em 25 de fevereiro de 1982.

evolução das receitas da empresa, as participações do Estado, a política de gestão dos recursos humanos, as formas de contenção de custos, os investimentos (que incluíam a tão desejada Casa da Rádio, o alargamento da cobertura nacional e internacional e o reapetrechamento dos estúdios) e os desinvestimentos (venda de terrenos). Anexos ao acordo, foram celebrados importantes protocolos entre a rádio pública, instituições bancárias, RTP e EDP, igualmente destinados a contribuir para o saneamento financeiro⁵⁸³.

A RDP termina o ano de 1982 já com uma melhoria na sua situação financeira. Para isso, contribuíram a sucessiva implementação da cobrança das taxas⁵⁸⁴, a atualização do respectivo valor em junho⁵⁸⁵, e as operações e dotações de capital relacionadas com o saneamento financeiro⁵⁸⁶. Devem aqui ser distinguidas duas dimensões: a situação económica, que encontrara o equilíbrio, e a dimensão financeira, que continuava a ser preocupante, uma vez que os passivos acumulados em anos anteriores eram consideráveis⁵⁸⁷. Porém, a situação global da empresa era já distinta da que se vivia antes do ASEF. A partir de 1983 os resultados começam mesmo a ser positivos, apesar do desequilíbrio ainda causado pelas taxas e da diminuição do apoio do Estado⁵⁸⁸. Ou seja, o ASEF, segundo o diretor financeiro da RDP, Alves Cunha, revelou-se o instrumento decisivo na viragem da situação da empresa:

“atualizou as taxas de radiodifusão para os níveis de que a RDP carecia; definiu um regime de contenção de custos rigoroso, no qual se salienta a gradual redução dos efectivos (...); possibilitou a reconversão tecnológica da empresa (...); transformou a imagem da empresa junto da Banca, do Estado, Previdência e generalidade dos fornecedores”⁵⁸⁹.

Esta melhoria não foi isenta de percalços. A previsão da evolução económica que serviu de base ao ASEF acabou por se afastar da realidade, pelo que o acordo foi revisto três anos mais tarde. Várias

⁵⁸³ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1982.

⁵⁸⁴ De 1517000 consumidores abrangidos em 1981, passou-se a 1700000.

⁵⁸⁵ Cf. Decreto-Lei n.º203/82, de 22 de maio (o valor das taxas, que não era atualizado desde 1976, é fixado em 20\$00 e 60\$00 mensais, conforme o escalão de consumo). No início de 1983 há um novo ajuste apenas no escalão superior (Decreto-Lei n.º33/83, de 24 de janeiro). Em março de 1984, há um novo aumento, para 25\$00 e 125\$00 mensais (cf. Decreto-Lei n.º59/84, de 23 de fevereiro).

⁵⁸⁶ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1982.

⁵⁸⁷ Cf. O presidente do C.A. da RDP Dr. Bráulio Barbosa ao ‘informação rádio’. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º 7, de junho de 1985.

⁵⁸⁸ De acordo com o diretor financeiro da RDP, José Alves Cunha, a situação da rádio pública em 1985 era já muito razoável: “se não é a desejável, coloca a empresa numa situação ímpar em relação às restantes empresas públicas de comunicação social (...) em 1983 a RDP foi a única destas empresas públicas que registou lucro – se bem que modesto (...) e tudo isto com a sucessiva redução de apoio financeiro do Estado” (cf. O diretor financeiro ao ‘informação rádio’. *Informação Rádio - Boletim da RDP*, n.º2, de janeiro de 1985).

⁵⁸⁹ Cf. O diretor financeiro ao ‘informação rádio’. *Boletim da RDP*, n.º2, de janeiro de 1985.

razões estiveram na origem desse afastamento. Desde logo, a cobrança de taxas, embora fosse paulatinamente implementada e gerasse mais receitas, no final de 1982, ainda não abrangia, tal como havia sido previsto, a totalidade da população.⁵⁹⁰ Tampouco estavam a ser cobradas as taxas atrasadas, da forma que se previa no ASEF. Como já referimos, as taxas, tanto as cobradas, como as que estavam em atraso, eram da máxima importância para o equilíbrio da empresa⁵⁹¹. Outro desvio à previsão do ASEF resultou de despesas não antevistas com funcionários⁵⁹², bem como de um atraso nas dotações financeiras e uma diminuição do montante da indemnização compensatória⁵⁹³ de 1984.

Com o passar dos anos, a totalidade do país passará a ser abrangida pela cobrança de taxas. Em 1986, 98% do território continental está coberto⁵⁹⁴. No entanto, mesmo nesta altura, as taxas provenientes das últimas zonas abrangidas, ainda demoravam a ser arrecadadas, o que se traduzia em pontuais dificuldades de tesouraria.

Em 1988, muitas das empresas fornecedoras de electricidade são integradas na EDP. Será esse processo que acabará por levar a RDP a, lentamente, atingir as zonas que ainda não estavam cobertas pelo sistema.

A empresa mantém a política de contenção de custos e otimização de meios. Por um lado, investia na informatização da sua contabilidade⁵⁹⁵, o que se traduzia numa maior eficácia do sector financeiro⁵⁹⁶. Aliás, a contabilidade foi o ponto de partida do processo de informatização global da RDP, ainda na primeira metade dos anos 80. Por outro lado, avança com restrições na contratação de pessoal e sobretudo, tenta reduzir os efetivos. Outras medidas de contenção passaram pela redução das emissões internacionais para a Europa e pelo desinvestimento em alguns bens improdutivos ou pela desativação de instalações, que poderia resultar em proveitos assinaláveis⁵⁹⁷.

⁵⁹⁰ Note-se, porém, que em 1983 as taxas foram atualizadas para além do valor da inflação – que era o inicialmente previsto, pelo que houve uma receita adicional de cerca de 220 mil contos; esse aumento superior tinha o objetivo de compensar a empresa pelas falhas nas indemnizações compensatórias (cf. Estudo de reestruturação financeira e proposta de contrato programa para 1985/88 da RDP, outubro de 1985 – 2ª versão; arquivo da RTP).

⁵⁹¹ No final de 1984, a RDP tinha 3,9 milhões de contos de taxas por cobrar (cf. Estudo de reestruturação financeira e proposta de contrato programa para 1985/88 da RDP, outubro de 1985 – 2ª versão; arquivo da RTP).

⁵⁹² Embora as orquestras não tivessem saído da RDP em 1983, tal como o acordo admitia, a abertura a reformas antecipadas permitiu minorar o peso dos 170 funcionários que acabaram por ficar; mas, mesmo assim, o número de funcionários previsto havia sido ultrapassado.

⁵⁹³ Tendo em conta as dimensões iminentemente sociais ou culturais destes serviços, o Estado deveria pagar indemnizações compensatórias relativas aos encargos anuais das orquestras, do serviço internacional e das delegações das ilhas. Só em 1983 começaram a ser cobradas taxas na Madeira; o processo demorou mais a ser implementado nos Açores.

⁵⁹⁴ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1986.

⁵⁹⁵ A eficácia do processo de informatização acabou por estar relacionada com a formação profissional, que nesta época era intensa, sobretudo com o acesso aos fundos europeus.

⁵⁹⁶ Processo iniciado em 1983 (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1984).

⁵⁹⁷ Cf. Estudo de reestruturação financeira e proposta de contrato programa para 1985/88 da RDP, outubro de 1985 – 2ª versão; arquivo da RTP

Assim, a segunda metade da década foi de consolidação. A crónica deficiência da empresa é, finalmente, resolvida em 1988, altura em que, pela primeira vez, a RDP tem um valor positivo no seu Fundo de Maneio Líquido⁵⁹⁸.

VI.2.4 | AS EMISSÕES

No início dos anos 80 a rádio pública está ainda a aprender a viver no novo contexto democrático. A adaptação às novas dinâmicas sociais e informativas, claramente, demorou o seu tempo⁵⁹⁹. As emissões da RDP têm os clássicos objetivos Reithianos: informar, cultivar e distrair⁶⁰⁰. A informação vai ganhando relevo no quotidiano da RDP. Aliás, é nesta altura que se define, com pormenor, a política editorial da rádio⁶⁰¹.

a | Antena 1

Portugal entra para a Comunidade Económica Europeia (CEE) em 1985. A própria assinatura do Tratado de Adesão à CEE, no dia 12 de junho, foi motivo para uma emissão especial com simultâneos entre todos os seus emissores e mesmo com a Rádio Nacional de Espanha. Há um reforço na rede de correspondentes no estrangeiro. É um momento de grande aposta na informação como forma de construir a imagem da RDP⁶⁰². Nesse ano, a RDP assinala os seus 60 anos com uma série de iniciativas: um colóquio no Fórum Picoas, as Conferências da Rádio e vários espetáculos ao vivo, alguns dos quais

⁵⁹⁸ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1988.

⁵⁹⁹ No campo informativo, um episódio ocorrido aquando do início da campanha eleitoral para as eleições de outubro de 1980, mostra como a relação entre a pluralidade, a liberdade e o rigor era ainda um terreno pouco desbravado. Antes da campanha ter início, a direção da empresa apresenta uma série de indicações, com vista ao cumprimento do dever de neutralidade (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º70/80, de 1 de setembro), baseadas num parecer não vinculativo da Comissão Nacional de Eleições, que desaconselhava a cobertura de acontecimentos ligados às figuras do Governo, de manifestações, comícios ou conferências de imprensa. Eram, também, aconselhadas a exclusão de canções ou hinos conotados com qualquer ala partidária, a suspensão de programas com qualquer conteúdo político e a entrada de telefonemas de ouvintes em direto. A direção de informação levou à letra algumas dessas recomendações, o que resultou na não cobertura de qualquer acontecimento promovido por forças políticas e na suspensão de alguns programas. Após queixas dos partidos políticos, que afirmavam que largos estratos da população estariam a ser privados de informação sobre atualidade política, a CA reformula a sua posição, permitindo uma cobertura noticiosa apartidária (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º80/80, de 22 de setembro).

⁶⁰⁰ Cf. A RDP/Empresa pública (II). *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º2, de janeiro de 1985.

⁶⁰¹ Essa definição é de 1984 (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º25/845, de 28 de junho). São estabelecidos os procedimentos que, no âmbito da informação, devem nortear os profissionais da rádio pública. Tratava-se de um documento normativo com indicações baseadas nas obrigações de serviço público da empresa, que incluía, também, formas de atuação em situações quotidianas, quer na construção da notícia, quer na forma de lidar com um entrevistado, ou na atitude perante uma catástrofe. Esta aposta na informação da rádio pública levaria à criação posterior de um núcleo especial dedicado à reportagem (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º10/85, de 14 de março).

⁶⁰² Cf. O presidente do C.A. da RDP Dr. Bráulio Barbosa ao 'informação rádio', *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º 7, de junho de 1985.

com a participação das orquestras; a Antena 1 levou a vários pontos do país o seu programa “O som da malta”, com atuações de diversos artistas portugueses⁶⁰³. Logo desde o início da década está a funcionar um grupo de trabalho destinado a estudar a criação de um novo canal⁶⁰⁴.

A Antena 1 (designação adotada a partir de 1981) cobre o país com recurso a 17 emissores de OM e 14 de FM. É uma rádio dirigida ao grande público, feita entre a informação (não apenas no sentido jornalístico) e a música. A informação era, aliás, uma estratégia de recuperação de ouvintes⁶⁰⁵. A informação desportiva foi reforçada⁶⁰⁶. Estabelecem-se as informações de trânsito, que começam a ser prestadas de forma regular. A “Onda Verde” na Antena 1, reunia uma equipa que prestava informações diárias, durante o programa da manhã, bem como ao domingo ao final da tarde. Fazia operações especiais em períodos festivos e divulgava situações acidentais⁶⁰⁷.

Os assuntos tratados pela rádio eram da mais diversa natureza, fazendo jus à sua vocação generalista. Incluía espaços dirigidos a públicos específicos, como a população rural, a terceira idade, ou as mulheres, entre outros. A Antena 1 estava sempre nos momentos marcantes do país, ao nível religioso, desportivo ou institucional⁶⁰⁸: o futebol, o ciclismo, o automobilismo, os Jogos Olímpicos, as cerimónias de Fátima, a visita do Papa João Paulo II em 1982, o 25 de abril, concertos de nomes conhecidos da maioria do público, viagens oficiais do Presidente da República ou as principais feiras do país⁶⁰⁹. Estas eram âncoras da sua programação. Além disso, a Antena 1 estava em alguns palcos internacionais, como centros de conflito, ou em momentos decisivos dos novos parceiros europeus. Era uma rádio, frequentemente, em itinerância pelas regiões, atenta aos costumes de fora dos grandes centros, com programas como o “Lugar ao Sul”, o “Andarilho” ou o “Cavaleiro Andante”⁶¹⁰. Uma das marcas mais relevantes da sua programação era a música portuguesa. Em 1981, tinha sido publicada a legislação

⁶⁰³ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1985.

⁶⁰⁴ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º39/80, de 22 de maio. Um estudo realizado em 1986 abria a porta à criação do novo canal em Lisboa, embora reconhecesse que o investimento poderia não ser justificado, uma vez que a RC vinha a ganhar quota de mercado publicitário à RR (cf. *Estudo de audiência e opinião na região da Grande Lisboa, dossier I*; arquivo da RTP)

⁶⁰⁵ A direção da empresa adota uma estratégia de reforço da componente informativa na Antena 1, em 1982. As audiências do canal haviam diminuído e a direção pretendia reverter a queda com a implementação de uma informação sóbria e de qualidade (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º55/81, de 16 de novembro)

⁶⁰⁶ Além de ter sido a única rádio portuguesa a estar nos Jogos Olímpicos (1984), também acompanhou uma série de outros eventos, num ano particularmente rico a esse nível.

⁶⁰⁷ Cf. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º12, de fevereiro de 1986.

⁶⁰⁸ Cf. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º1, de dezembro de 1984.

⁶⁰⁹ As emissões experimentais da Rádio Santarém, começaram, precisamente, durante o acompanhamento de uma das iniciativas a que a Antena 1 sempre dedicava muita atenção, a Feira Nacional da Agricultura (cf. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º7, de junho de 1985).

⁶¹⁰ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1989.

que regulava a quota de música portuguesa nas rádios⁶¹¹, o que foi uma das razões por detrás dos ajustes feitos à grelha, na altura⁶¹².

Dentro do espírito de fornecimento de um serviço transversal e complementar, a Antena 1 lança, em 1983, uma emissão alternativa ao predomínio desportivo no fim-de-semana. Ao domingo, enquanto os relatos de futebol estavam no ar, a OM do segundo canal passava quatro horas de música⁶¹³.

Os primeiros anos da década são de descida nas audiências da estação, o que só se veio a inverter em 1984⁶¹⁴, ano em que há uma mudança relevante na sua programação. De todo o modo, como explicaremos adiante, a maior fatia no desempenho da RDP é da responsabilidade da RC e não dos canais de serviço público, como se torna visível, logo no início da década de 80. Em meados da década, os programas de maior destaque no primeiro canal da RDP eram o “Programa da Manhã”, o “Musicomania” ou o “Grande Hotel”.

Em 1987 a emissão da Antena 1 passa a ser diferente em OM e FM. A primeira ocupava-se de programas generalistas, enquanto a segunda privilegiava conteúdos musicais, atendendo à sua dimensão estereofónica⁶¹⁵. Este é, também, o ano em que o primeiro canal público dá início a uma campanha de solidariedade destinada a crianças com necessidades especiais que se viria a tornar numa das suas marcas: o Pririlampo Mágico⁶¹⁶.

b | Programa 2

No início dos anos 80, o Programa 2 ainda só chegava a cerca de 60% da população, através de FM⁶¹⁷. O canal tinha, desde meados de 1981, uma nova orientação com vista ao alargamento do seu público. O conceito de cultura que estava subjacente à emissão havia sido ampliado, para além do conteúdo erudito. Tinham sido incluídas áreas como o jazz, a música popular, o cinema ou a biologia, entre outras⁶¹⁸. Tratava-se de privilegiar a componente formativa em detrimento do carácter elitista e de tentar chegar a um público mais amplo. A emissão era iminentemente musical, numa tentativa de

⁶¹¹ Os canais que transmitissem música ligeira estavam obrigados à transmissão mínima de 50% de obras de autores portugueses; os canais dedicados à música erudita teriam de preencher uma quota mínima de 15% de música composta e 25% de música interpretada por portugueses (cf. Lei n.º12/81, de 18 de junho).

⁶¹² Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1981.

⁶¹³ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1983.

⁶¹⁴ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1984.

⁶¹⁵ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1987.

⁶¹⁶ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1987.

⁶¹⁷ Projecto Óptica Divisional/Serviço Público, do Gabinete de Planeamento da RDP, de 15 de março de 1982.

⁶¹⁸ Projecto Óptica Divisional/Serviço Público, do Gabinete de Planeamento da RDP, de 15 de março de 1982.

conciliação entre compositores consagrados e autores contemporâneos⁶¹⁹. Para a sua programação contribuía as duas orquestras sinfónicas da RDP cujas interpretações, em estúdio ou em concerto, eram gravadas e difundidas nas emissões. A transmissão das temporadas de ópera do Teatro Nacional de São Carlos era uma das tradições da estação.

Na sequência do que já acontecera uns anos antes, e do que acontecia aos domingos à tarde,⁶²⁰ o Programa 2 deixará de emitir em OM em 1985, tendo o seu emissor sido afeto à RC. Esta mudança resultava numa assinalável economia para a empresa, quer ao nível da gestão da cobertura das duas estações, quer no que resultava da gestão de trabalhadores e venda de terrenos⁶²¹. Mas, na sequência dessa decisão, o maestro José Atalaya, diretor adjunto do canal, demite-se. O Conselho de Comunicação Social (CCS), confrontado com a situação, classifica o fim da OM como lesivo do canal e da sua audiência, e aponta a necessidade de a RDP repor a situação existente e rever a sua decisão, recorrendo a um estudo sólido⁶²². Porém, a RDP não poria em prática essa resolução, justificando a diretiva do CCS como um ato nulo⁶²³. Apenas em 1988 a emissão do Programa 2 passa a ser de 24 horas⁶²⁴.

Ao nível técnico, os discos compactos (CD) vão-se vulgarizando no final da década, e passam a ter um lugar cada vez mais importante nas emissões⁶²⁵. O Programa 2 foi, ainda, pioneiro em Portugal, ao coproduzir e transmitir em direto, via satélite, uma emissão com a Rádio France Musique⁶²⁶. A transmissão via satélite seria, posteriormente, bastante utilizada pelo Programa 2, sobretudo para a transmissão dos concertos da temporada da UER. Simultaneamente, o prémio Jovens Músicos consolida-se como uma das iniciativas mais relevantes da estação.

c | A Rádio Comercial

A RC realizava algumas iniciativas com bastante impacto. As suas duas emissões (em OM e FM) eram tão diferentes, que as iniciativas que promoviam atingiam públicos muito distintos. Na sua atividade

⁶¹⁹ Cf. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP* n.º1, de dezembro de 1984.

⁶²⁰ Entre janeiro de 1981 e abril de 1984 (cf. Carta do CA da RDP n.º635/CA/85, de 28 de novembro).

⁶²¹ Cf. Carta do CA da RDP n.º635/CA/85, de 28 de novembro

⁶²² Cf. Diretiva do Conselho de Comunicação Social, de 7 de outubro de 1985.

⁶²³ Cf. Supressão do emissor de Onda Média do Programa 2, comunicado do CA da RDP. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º16, de dezembro/janeiro de 1987, p. 3. Foi considerado que o CCS estaria a exorbitar a sua competência. A argumentação da RDP baseou-se sobretudo no que a reformulação do ASEF já previa (cf. Carta do CA da RDP n.º635/CA/85, de 28 de novembro). Este diferendo prolongou-se por algum tempo. Atalaya era o representante da Secretaria de Estado da Cultura no Conselho Geral da RDP.

⁶²⁴ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1988.

⁶²⁵ Em 1989, eram o suporte de cerca de três quartos da música transmitida (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1989).

⁶²⁶ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1988.

cabiam simultaneamente, apoios a um concerto de Jordi Savall⁶²⁷, à Feira Nacional da Agricultura⁶²⁸, ou ao espetáculo dos Iron Maiden⁶²⁹. Uma das suas iniciativas mais marcantes, o "Piquenício", chegava a reunir cerca de 100 mil pessoas⁶³⁰. De facto, o impacto da RC era grande no mercado, tal como a sua importância para a RDP⁶³¹. A rádio estará em constante subida até à solidificação das rádios locais no sector, no final da década. Mas em 1981, a sua cota publicitária ultrapassava os 50%⁶³².

A RC, que se definia como "urbana, jovem e dinâmica", era líder de audiências, em alguns segmentos, sobretudo nos meios urbanos. Durante alguns períodos do dia, transmitia em OM a partir dos centros regionais da RDP. Naturalmente, dava atenção ao desporto, tal como a Antena 1, no entanto, diferenciava-se, ao cobrir menos partidas de futebol nacional e estender a sua atenção a outros desportos, como o ténis, ou a outras provas, mesmo no estrangeiro. Dava, também, atenção a festivais de cinema e a bastantes concertos⁶³³. Em 1986 foi pioneira, em Portugal, na utilização de um helicóptero ao serviço da informação de trânsito⁶³⁴.

d | A RDP Internacional

A RDP Internacional continuava com as suas emissões em português (200 horas semanais), inglês, francês, espanhol, italiano e alemão, para a Europa, América do Norte, América do Sul, África, Oceânia, Médio e Extremo Oriente (45 horas semanais). As emissões em OC eram, na sua grande maioria, pré-gravadas desde 1980⁶³⁵. Mas a nova direção acaba com esse modelo em 1984, o que acabou por resultar numa maior ligação com os ouvintes⁶³⁶. Neste ano, recuperou-se uma velha tradição da estação, ao criar um espaço (também repetido pela Antena 1) que permitia o contacto dos emigrantes na Europa com os residentes em Portugal.

No âmbito das políticas de redução de custos da RDP, são feitos vários ajustes às emissões internacionais. Ao nível dos conteúdos, as emissões em língua estrangeira foram progressivamente

⁶²⁷ Músico e compositor catalão, especialista em música medieval e em viola da gamba. Fundou o grupo Ensemble Hesperion XX.

⁶²⁸ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1987.

⁶²⁹ Conhecida banda de *heavy metal*, que actuou em Portugal em 1988.

⁶³⁰ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1986.

⁶³¹ Em meados da década, 70% da audiência da RDP era obtida pelo sector comercial, enquanto os restantes 30% provinham do serviço público; RC e RR tinham 80% do total de ouvintes da rádio (cf. *Informação Rádio - Boletim interno da RDP*, n.º 6, de maio de 1985).

⁶³² Cf. *Informação Rádio - Boletim interno da RDP*, n.º 6, de maio de 1985.

⁶³³ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1983.

⁶³⁴ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1986.

⁶³⁵ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1984.

⁶³⁶ Em 1984 o número de cartas recebidas pela RDP Internacional dobrou.

alteradas e extintas⁶³⁷. Mas as emissões em OC eram caras, também, tecnicamente: por um lado, o consumo de energia e válvulas; por outro, a necessária melhoria do seu arsenal de emissores. A redução das emissões que foi efectuada nessa altura tinha em vista, precisamente, a diminuição do consumo de electricidade⁶³⁸. É uma altura de viragem para o centro emissor de ondas curtas (CEOC): desde os anos trinta que as suas emissões vinham a aumentar, mas em 1985 elas são reduzidas em 23 por cento⁶³⁹.

Em 1987, a RDP Internacional autonomiza-se na macroestrutura da empresa; vincam-se os seus objetivos de defesa da identidade cultural do país, de reforço dos laços afetivos entre portugueses e a sua terra, e de valorização da imagem nacional no estrangeiro. As suas condições técnicas são, finalmente, renovadas em 1988, o ano em que a rádio é reestruturada e se passa a chamar, RDP Internacional – Rádio Portugal⁶⁴⁰.

O serviço de intercâmbio, que já vinha do tempo da EN, continuava a sua atividade, enviando a estações estrangeiras, com as quais havia acordos de cooperação, programas produzidos para os emigrantes portugueses⁶⁴¹.

e | As emissoras locais e regionais

Os centros regionais dos Açores e Madeira tinham programação própria, em OM e FM. O ano de 1984 é importante nestes centros, sobretudo pelas melhorias técnicas e de cobertura. Essa era uma preocupação de há muito. Ao longo dos anos seguintes, irão ser aumentadas as horas de emissão e irá ser privilegiada alguma descentralização na emissão açoriana, que passará a incluir produção oriunda dos centros existentes noutras ilhas.

⁶³⁷ Por motivos económicos, primeiro terminou a de língua espanhola e, aos fins-de-semana, todas eram interrompidas (cf. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP* n.º1, de dezembro de 1984).

⁶³⁸ A emissão destinada ao Extremo Oriente foi encurtada em meia-hora, em 1985 (cf. *Informação Rádio – Boletim Interno da RDP* n.º4, de março de 1985).

⁶³⁹ *Informação Rádio – Boletim interno da RDP* n.º10, de dezembro de 1985.

⁶⁴⁰ Tratou-se de um plano de melhoria geral da estação que incluiu remodelações completas ao nível técnico, financiadas pelo Estado. A remodelação era essencial. Como explica Francisco Mascarenhas, o diretor técnico da RDP, a radiodifusão em OC estava internacionalmente congestionada e a única forma de resolver os problemas daí decorrentes era com aumentos de potência. O Estado financiou novos equipamentos, mas o plano inicial não foi totalmente cumprido, inviabilizando a boa receção em alguns locais, mesmo depois de uma reordenação internacional do espaço disponível. Assim, a RDP retomaria, desta feita com recursos próprios, o investimento nas condições de transmissão para as comunidades no estrangeiro, em 2001, apostando já em material compatível com a tecnologia Digital Radio Mondiale (cf. A renovação do Centro Emissor de Onda Curta. *Relatório e Contas da RDP*, de 2001). Os dois últimos anos da década são, na verdade, uma fase de investimento e mudança na estação, na qual está incluída a inauguração de um novo emissor que reforçaria a cobertura para o sul de África em 1989 (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1989).

⁶⁴¹ Este serviço de intercâmbio só não tinha uma atividade mais dinâmica porque existia falta de articulação dentro da RDP e, frequentemente, os programas dos canais nacionais com características que interessavam ao serviço de intercâmbio, não chegavam a este sector (cf. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º11, de janeiro de 1986).

A Rádio Porto e a Rádio Alto Douro tinham, em OM, programação própria, embora a emissora da Régua retransmitisse, parcialmente os conteúdos da Rádio Porto. As suas emissões eram direcionadas para os públicos locais. Atendendo às características económicas da região, havia mesmo um programa rural diário⁶⁴². Estas rádios, tal como os centros regionais de Coimbra e Faro tinham um carácter comercial⁶⁴³, incluindo publicidade nos desdobramentos de emissores que faziam na rede da RC. Posteriormente, a Rádio Porto passa mesmo a ser denominada Rádio Comercial Norte (RCN). Já integrada na estrutura da RC, a RCN dá início às suas emissões em abril de 1988. Manteve o espírito de ligação à região, mas renovou a emissão, a redação e algumas das vozes. Em 1984, com a entrada em funcionamento do emissor de FM de Coimbra, abriu-se a porta a uma emissão de proximidade e foi lançada uma grelha de programas regionais, aproveitando a abrangência distrital do novo emissor⁶⁴⁴. Era o início da regionalização da rádio pública. Nesta altura, todos os canais mudam de designação, adotando o prefixo RDP. Essa estratégia compreende-se pela dificuldade que existia na criação de uma identidade global perante o público⁶⁴⁵.

VI.2.5 | A DESCENTRALIZAÇÃO DA RÁDIO

A génese do movimento das rádios locais remonta, em Portugal, ao final dos anos 70, altura em que começam a aparecer as primeiras rádios-piratas. Na Europa, como já referimos, o fenómeno é mais antigo.

A expansão das rádios livres dá-se num quadro legislativo desadequado. Inicialmente, surgem meros projetos amadores mas, com o tempo, irão surgir muitos projetos estruturados profissionalmente (Azevedo, 2001). Em meados da década de 80, o movimento tem já uma grande dimensão; a opinião pública apoia-o e a fiscalização deixa de encerrar as estações que encontra (Azevedo, 2001). O mercado publicitário cresce, começam a aparecer rádios que aspiram a ser mais do que emissoras locais e a quota de audiência das rádios livres começa a ser significativa (Azevedo, 2001). Enquanto se multiplicam e acumulam os pedidos de licenciamento junto da tutela, o caso da atribuição de frequências à Igreja e ao Estado vem acentuar ainda mais a insustentabilidade da situação (Azevedo, 2001). Era impossível continuar a adiar uma resposta aos pedidos de licenciamento.

⁶⁴² Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1983.

⁶⁴³ Cf. Estudo de reestruturação financeira e proposta de contrato-programa para 1985/88 da RDP (2ª versão); arquivo da RTP.

⁶⁴⁴ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1984.

⁶⁴⁵ O público tinha dificuldade em identificar os canais da RDP, pelo que se tornava urgente identificar as emissões regionais de forma que não houvesse qualquer equívoco. Isso veio a acontecer, com a utilização da sigla RDP em todos os canais, seguida da respetiva designação (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º 27/84).

a | O caso das frequências provisórias

Com o previsto alargamento da faixa de FM para os 108 MHz, a Conferência Administrativa Regional de Radiodifusão Sonora em Modulação de Frequência, que decorreu em outubro de 1984, em Genebra, fixa as frequências que poderão ser utilizadas em Portugal. Aí se incluem três redes nacionais e diversas frequências para coberturas locais. O presidente da RDP envia duas cartas ao Secretário de Estado Adjunto do Ministro de Estado, solicitando quatro frequências para rádios locais e a concessão de uma das três novas redes nacionais, pedindo consideração para “as suas necessidades do que diz respeito à instalação de estações locais”⁶⁴⁶. A RR também faz o requerimento de uma dessas redes nacionais.

Em junho, Mário Soares pedia a demissão do cargo de Primeiro ministro e, no mês seguinte, a Assembleia da República é dissolvida, marcando-se as eleições para 6 de novembro. Três dias antes, a 3 de novembro, um despacho do Secretário de Estado Adjunto do Ministro de Estado, atribui, provisoriamente, uma rede nacional à RDP e outra à RR. De acordo com o despacho,

“a dissolução da A.R. determinou a caducidade das propostas de lei sobre radiodifusão e licenciamento, desobrigou-nos, por isso, da não atribuição de frequências enquanto não foram aprovadas aquelas leis. (...) considerando, em face disso, não ser exigível à RDP e a RR (...) o protelamento de decisões sobre o desenvolvimento das respectivas empresas”⁶⁴⁷.

A contestação aumenta, prontamente, perante esta atribuição. Emídio Rangel, ligado à TSF na altura, classifica o processo como “obscuro” (RDP, 1986: 70).

A atribuição era provisória, uma vez que o prazo das concessões deveria ser fixado legalmente. A Lei do Licenciamento de Estações Emissoras de Radiodifusão é aprovada, então, pela Assembleia da República a 22 de dezembro de 1986. E os seus artigos 9.º e 48.º vêm abalar a RDP (e a RR). As frequências que haviam sido cedidas a título precário seriam devolvidas ao domínio público para posterior concurso. No caso da RDP isso implicaria, entre outras limitações, a supressão das emissões regionais⁶⁴⁸.

⁶⁴⁶ Cf. Cartas n.112 CA/RDP, de 26 de fevereiro de 1985 e 167CA/RDP, de 18 de março de 1985.

⁶⁴⁷ Cf. Ofício N.º 1.478 da Presidência do Conselho de Ministros, de 11 de outubro de 1985.

⁶⁴⁸ Cf. Carta do CA da RDP n.º13/CA/87.

A situação implicava, para além do valor das frequências, todo o investimento já feito pelas empresas. Por isso, as estações contestam a revogação do despacho⁶⁴⁹, e a lei acaba por ser vetada pelo presidente da República, Mário Soares, para que se encontrem “soluções mais consensuais”⁶⁵⁰.

b | A regionalização da RDP

É difícil localizar o início da descentralização da RDP. Embora haja uma implementação do processo mais intensa em 1984, o movimento é anterior. Na verdade, apesar do claro acanhamento inicial, esse movimento havia sido iniciado bem antes. Basta referir que há vários anos que, durante alguns momentos do dia, os emissores de Faro, Coimbra e Porto já se desligavam da emissão nacional. Porém, a criação de rádios locais, ou comunitárias, como chegam a ser referidas internamente⁶⁵¹, era outro processo. Apoiava-se na existência, desde 1975, dos núcleos de Elvas⁶⁵² e Bragança⁶⁵³, que tinham pequenos períodos de emissão local dentro do serviço público, e da Rádio Porto, inserida no serviço comercial da RDP⁶⁵⁴. Mais tarde, já no início dos anos 80, realiza-se a experiência de uma emissão da Antena 1 particularmente dirigida ao grande Porto, a partir da RDP Norte⁶⁵⁵.

O objetivo da RDP era desenvolver este processo descentralizador. Naturalmente, a sua intenção regionalista não era alheia à possibilidade de um aumento de receitas publicitárias. Na verdade, o planeamento elaborado para a segunda metade da década tinha em conta essas receitas oriundas da criação de rádios locais, nas quais se incluía uma eventual Rádio Lisboa⁶⁵⁶. Efetivamente, os objetivos da RDP eram agora mais ambiciosos, uma vez que o contexto era completamente diferente. O mercado estava cada vez mais povoado. Como explicava Estrela Serrano, assessora do CA da RDP para a regionalização, as

⁶⁴⁹ Cf. Já passaram os prazos para revogar o despacho de Anselmo Rodrigues. *Diário de Notícias*, de 13 de janeiro de 1987.

⁶⁵⁰ Cf. Comunicação do Presidente da República ao País, de 22 de janeiro de 1987. *Rádio – Boletim Interno da RDP*, n.º 17, de fevereiro de 1987.

⁶⁵¹ Cf. Documento anexo à proposta de ASEF s/d; arquivo da RTP.

⁶⁵² Existia um núcleo de produção em Elvas desde 1975, com condições técnicas e instalações precárias que transmitia programação própria através do emissor local de OM do Programa 1/Antena 1. Em 1981, a Rádio Elvas é reorganizada, uma vez que a sua atividade não vinha sendo contínua. Passaria a atuar no âmbito do serviço público, no entanto, poderia ter publicidade – à qual não deveria subordinar a sua programação – que serviria, sobretudo para o equilíbrio do próprio centro de produção (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º 46/81, de 22 de setembro).

⁶⁵³ Os estúdios de Bragança surgiram após a deslocação à cidade de uma viatura-estúdio, no âmbito de uma operação do MFA, em 1975. Devido à insistência da população, o material ficou e, numas instalações cedidas, continuaram, pela mão do pessoal temporariamente destacado, as emissões. Em 1980 a câmara municipal cedeu um edifício (cf. Carta do diretor da RDP Norte, datada de 12 de abril de 1982; arquivo da RTP).

⁶⁵⁴ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.ºs 43/81; *Ordem de serviço série A*, n.º 10/82 e *Ordem de serviço série A*, n.º 17/82.

⁶⁵⁵ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1982.

⁶⁵⁶ Cf. Estudo de reestruturação financeira e proposta de contrato-programa para 1985/88 da RDP (2ª versão); arquivo da RTP.

“rádios-livres’ ou ‘piratas’ estão aí. Em breve serão legalizadas. Nasceram de necessidades várias: por um lado, o desejo de proximidade por parte de grupos locais (...); por outro, a saída profissional para alguns jovens (...). A RDP não podia ficar indiferente ao triplo desafio que é o aparecimento destas rádios, as solicitações que lhe são constantemente apresentadas por autarquias locais que pretendem uma estação local da RDP, e a rentabilização e optimização dos seus próprios meios. A RDP possui mais de dois mil trabalhadores (...) instalações fechadas e equipamentos em estado de poderem vir a ser utilizados”⁶⁵⁷.

O ponto de partida foi, de facto, o conjunto de instalações que haviam sido construídas durante o Estado Novo, anexadas a emissores de OM. Assim avançou o processo: mediante as instalações existentes e a disponibilidade da parte das autarquias para celebrar protocolos. No fundo, como explica Estrela Serrano, a RDP não fazia mais do que seguir as experiências francesa, inglesa, sueca, assim como a tendência descentralizadora que se vivia na Europa⁶⁵⁸.

No estatuto de 1984⁶⁵⁹ a regionalização era já um dos grandes objetivos da empresa. E nesse mesmo ano, começam os preparativos para a abertura das estações locais. É criado um grupo de trabalho com o objetivo de preparar uma política “coerente e exequível, no domínio da regionalização e localização”⁶⁶⁰. A prioridade do grupo seria Viseu, visto os primeiros protocolos terem já sido assinados com a autarquia e outras entidades da cidade. Seguir-se-iam, em modelos semelhantes, as cidades de Santarém e Guarda. Para a rádio pública, a descentralização das suas emissões vinha “responder à necessidade sentida pelas comunidades locais de verem tratados os assuntos que diretamente lhes dizem respeito e de verem ser dada voz aos representantes que escolherem”⁶⁶¹.

A tónica era colocada no potencial que as rádios locais públicas poderiam ter no desenvolvimento cultural das regiões⁶⁶². Entendia-se que elas deveriam desenvolver uma emissão de proximidade⁶⁶³, refletindo o meio em que se inseriam, e funcionando como complemento aos canais principais da RDP (com os quais também poderiam colaborar). O projeto de descentralização previa a criação de rádios

⁶⁵⁷ Cf. 1985 – O ano da localização da rádio. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º3, de fevereiro de 1985, pp. 11-12.

⁶⁵⁸ Cf. Rádios locais fenómeno europeu. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º 5, de abril de 1985 (texto originalmente publicado no Diário de Notícias e reproduzido na publicação interna da RDP).

⁶⁵⁹ Decreto-Lei n.º 167/84, de 22 de maio.

⁶⁶⁰ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º32/84, de 18 de julho.

⁶⁶¹ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º5/85, de 5 de fevereiro.

⁶⁶² Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º5/85, de 5 de fevereiro. Internamente, esta ordem de serviço será revogada pela *Ordem de serviço série A*, n.º 20/88, de 13 de julho, na qual se atualiza toda a política de regionalização da RDP.

⁶⁶³ Estrela Serrano explica que, com este processo, “a rádio deixa de ser homogeneizante, massiva, dirigindo-se a todos, a todo o momento. Aproxima-se mais do ouvinte” (cf. 1985 – O ano da localização da rádio. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP* n.º3, de fevereiro de 1985, pp. 11-12).

nas capitais de distrito, incluindo a Rádio Comercial de Lisboa e a Antena 1 Lisboa, mantendo as delegações no norte, centro e sul. Eventualmente, poderiam ser assinados protocolos de cooperação com pequenas estações particulares. As estações locais teriam produção própria e publicidade, mas seriam independentes em relação aos poderes políticos e económicos da região. Economicamente, deveriam ser auto-suficientes⁶⁶⁴. Estava em curso a “descentralização da rádio legal” (RDP e RR) como lhe chama Ana Paula Azevedo (2001:117).

Formalmente, a política de regionalização teve, assim, início com a inauguração do novo emissor de FM da RDP Centro, no final de 1984. A RDP Sul começa depois, em maio de 1985, uma emissão regional intitulada Rádio Algarve⁶⁶⁵. Ainda nesse mesmo ano, são inauguradas as três novas estações locais da rádio pública: Viseu, Guarda e Santarém. Dentro da vaga descentralizadora, as estações já existentes são também reorganizadas, ganhando uma maior autonomia. É nos estúdios locais, mais precisamente em Viseu, que vão surgir em 1985, os primeiros estúdios auto-operados. Depois da resistência inicial, este modelo viria a tornar-se comum na RDP⁶⁶⁶.

A política descentralizadora vai-se desenrolando progressivamente. O objetivo era a instalação de redes locais, mas até que isso acontecesse, as emissões eram feitas com recurso ao parque de antenas disponível, o que resultava numa grande falta de unidade no processo. Um rádio utilizavam a rede de OM da RC, outras a OM da Antena 1 e outras ainda usavam emissores de FM; fora dos seus períodos de emissão, faziam simultâneos com a RC ou com a Antena 1⁶⁶⁷.

Desta forma, a RDP chega a 1986 com várias emissões de proximidade no território do continente, produzindo um total de 580 horas semanais de programas próprios:

- RDP Norte (cerca de 20 horas semanais);
- RDP Centro – Rádio Coimbra (cerca de 120 horas semanais);
- RDP Sul – Rádio Algarve (cerca de 100 horas semanais);
- Rádio Porto668 (cerca de 126 horas semanais);
- Rádio Nordeste (cerca de 14 horas semanais);

⁶⁶⁴ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º5/85, de 5 de fevereiro.

⁶⁶⁵ Uma das particularidades da ligação desta rádio à região era a transmissão, diariamente, de dois noticiários em língua inglesa, dirigidos aos muitos estrangeiros da região (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1985).

⁶⁶⁶ Os estúdios auto-operados, nos quais o locutor é responsável por todas as operações, começaram por ser comuns nos EUA, onde se adequavam ao estilo de programação das rádios musicais. Na Europa, os estúdios com assistência técnica sempre foram predominantes. Mas a facilidade de utilização, a autonomia e a economia decorrentes dos auto-operados, levaram à sua popularização; na RDP, tal aconteceu a partir de 1985 (cf. *Rádio – Jornal Informativo da RDP*, IV série, ano 8, n.º 33, de novembro de 1993).

⁶⁶⁷ A emissão local de Coimbra usaria o emissor FM da RDP Centro e, fora das horas de emissão retransmitia a Antena 1; inicialmente, as emissões locais da RDP Sul usavam a OM da RC, a qual também retransmitiam; várias rádios usavam a OM da Antena 1, à qual se ligavam, fora das horas de emissão: a Rádio Bragança, a Rádio Alto Douro, a Rádio Elvas e, transitoriamente, a própria emissão regional do norte (cf. *Ordem de serviço série A*, n.º5/85, de 5 de fevereiro).

⁶⁶⁸ Como já foi referido, a Rádio Porto havia sido integrada na estrutura da RC no último trimestre de 1987. Em abril do ano seguinte passaria a designar-se RCN.

- Rádio Alto Douro (cerca de 70 horas semanais);
- Rádio Viseu (cerca de 44 horas semanais);
- Rádio Guarda (cerca de 37 horas semanais);
- Rádio Santarém (cerca de 49 horas diárias);
- Rádio Elvas (cerca de 40 horas semanais)⁶⁶⁹.

No ano seguinte, em 1987, começa a funcionar a RDP Covilhã⁶⁷⁰ (com cerca de 37 horas semanais). Com a administração de Arlindo de Carvalho, as rádios locais passam a integrar (com exceção da RDP - Rádio Santarém) as delegações regionais das áreas respetivas⁶⁷¹. A influência das estações descentralizadas era de tal forma forte que, nesta altura, chega a ser ponderada a criação de um canal a que se pudessem ligar todos os locais e regionais fora dos seus períodos de emissão (evitando a ligação aos nacionais). No entanto, tal nunca veio a acontecer⁶⁷².

Em março de 1987, finalmente, é publicada a lei quadro do licenciamento de estações emisoras de radiodifusão⁶⁷³, embora, em meados de 1988 essa lei seja revogada, com a publicação da lei da rádio e do regulamento do licenciamento da atividade de radiodifusão⁶⁷⁴. O mercado tenderia, agora, para uma estabilização. Mas em meia-dúzia de anos, tinha-se transformado completamente. A RDP e a RR responderam a essa mudança, enquanto a legalização das rádios livres tardava, usando as frequências que lhes haviam sido entregues. A aventura das emissões de proximidade da RDP terminará antes do meio da década de 90, devido a razões económicas e de estratégia da empresa.

VI.2.6 | O INVESTIMENTO TÉCNICO

No início dos anos 80, as prioridades dos investimentos técnicos da RDP estão claramente definidas no ASEP. Os objetivos da RDP passam, maioritariamente, pela consolidação e ampliação da cobertura radiofónica, incluindo a OC, e pela modernização dos estúdios. Em suma: pela melhoria das condições, quer de receção, quer de produção.

⁶⁶⁹ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1985.

⁶⁷⁰ Note-se que desde meados de 1984, as designações de todos os canais eram precedidas da sigla RDP.

⁶⁷¹ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º28/87, de 21 de outubro. A Rádio Santarém, só em 1989 passa a integrar a alçada da RDP Centro.

⁶⁷² Cf. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP* n.º8, de outubro de 1985. Quando as rádios locais passaram para a alçada das delegações regionais, a acoplagem, fora dos períodos de emissão própria, passou a ser feita num simultâneo com a emissão regional correspondente e, após o final desta, num simultâneo com o FM da Antena 1 (cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º 20/88, de 13 de julho).

⁶⁷³ Cf. Lei n.º8/87, de 11 de março.

⁶⁷⁴ Cf. Respetivamente, Lei n.º87/88, de 30 de julho e Decreto-Lei n.º338/88, de 28 de setembro.

Assim, o plano de investimentos técnicos que é posto em prática inclui vários emissores novos. Em 1982 entra em funcionamento o emissor de Santa Isabel, para melhorar a cobertura da Antena 1 no centro do país. Começa a ser melhorado o de OM de Castelo Branco e desenvolve-se o estudo para a ampliação do centro de Elvas. É instalado um emissor no Canidelo e outro em Vila Real, destinados à RC. São instalados emissores para o Programa 2 poder cobrir melhor a região alentejana. Procede-se à automatização do Centro Emissor do Monte da Virgem, o que permite a transferência de pessoal para outras funções. Nos Açores e na Madeira também se fazem trabalhos de melhoria técnica.

Limitada no orçamento, mas seguindo esta orientação, a rádio pública vai, ao longo dos anos seguintes, investindo noutros locais e melhorando as condições das suas emissões. Sobretudo após a instalação das rádios livres, a RDP irá deparar-se, de forma muito evidente, com as limitações de cobertura que tinha em algumas zonas. O seu objetivo era a universalidade de acesso na cobertura nacional. Mas isso, tecnicamente, não era fácil⁶⁷⁵. De facto, só em meados da década de 80 foi possível começar a pensar em microcoberturas. Tal como é explicado por José Manuel Nunes, as redes de que Portugal dispunha desde os anos 60 não permitiam a cobertura total do país, e só

“com a atribuição a Portugal de mais três redes nacionais e cerca de três centenas de frequências de pouca potência no novo espectro do FM entre os 100 e 108 MHz foi possível começar a pensar em microcoberturas. Apesar das dificuldades de espectro, pois as rádios locais consumiram avidamente todo o espectro disponível, as microcoberturas tornaram-se possíveis devido aos progressos das técnicas de computação de simulação de coberturas. O espectro radioelétrico foi melhor aproveitado e foram vencidas as dificuldades sempre colocadas pelo regulador, na altura o ICP”⁶⁷⁶.

Na segunda metade da década, a RDP define novas prioridades técnicas. Houve um investimento em material digital para os estúdios e material estéreo para a reportagem em exterior. Mas o mais relevante foi o facto de a rádio pública ter definido metas concretas relativas ao desenvolvimento técnico de cada canal. No caso da Antena 1, a RDP avança com a autonomização das duas redes (de FM e OM); com o desenvolvimento da FM, implantando a estereofonia, completando a sua cobertura e implementando o Radio Data System (RDS)⁶⁷⁷. Quanto ao Programa 2, a prioridade da RDP era,

⁶⁷⁵ Deve recordar-se que a propagação em VHF é feita em linha de vista e sofre com a existência de obstáculos geográficos.

⁶⁷⁶ Entrevista realizada a 31 de março de 2010.

⁶⁷⁷ O RDS é um sistema de transmissão de dados não audíveis através de radiodifusão. Permitia, por exemplo, a identificação da estação no visor do rádio, a transmissão de pequenos textos, a alternância de frequência quando há diminuição da potência do sinal, a sintonia automática de conteúdos (nomeadamente de trânsito), ou a catalogação de estações de acordo com o tipo de programa. Foi regulamentado em Portugal com o Decreto-Lei 305/94, de 19 de dezembro. Kopitz e Marks (1998) explicam

claramente, a cobertura nacional em FM, uma vez que a OM havia sido abandonada. Num dos investimentos mais relevantes do final da década de 80, as emissões internacionais em OC seriam, também, reforçadas com novos emissores (ao que corresponderia um aumento da programação para África). Como a RC era vocacionada para o mercado e não para a cobertura do território, a RDP entendia terminar com os desdobramentos das emissões regionais, apostar numa emissão nacional, reforçando algumas áreas urbanas, bem como criar um canal em Lisboa, à imagem da Rádio Porto. De acordo com a política de regionalização, como já foi referido, a RDP pretendia, ainda, instalar emissores de FM nas capitais de distrito em que fosse possível garantir o equilíbrio financeiro dos equipamentos.

Foi uma época de importantes avanços na rádio pública. No âmbito do desenvolvimento técnico devem ainda destacar-se a instalação, em 1986, de um sistema de feixes hertzianos para o transporte de programas entre Lisboa, Porto e Coimbra⁶⁷⁸; e a primeira transmissão via Eurorádio⁶⁷⁹, em 1988, pelo Programa 2. Tratou-se de um concerto, transmitido em direto, via satélite, com uma assinalável qualidade sonora⁶⁸⁰.

VI.2.7 | A REGULAMENTAÇÃO

Com a já referida revogação do seu estatuto, em 1979⁶⁸¹, teve início a “fase mais crítica da RDP, traduzida numa sucessão de situações mal definidas”⁶⁸². Como o diploma não foi ratificado pela AR, a RDP acabaria por ficar a viver provisoriamente, até 1984, de acordo com o diploma que orienta genericamente as empresas públicas. Porém, a solução era manifestamente desadequada devido à insuficiência do diploma⁶⁸³. A situação, embora provisória, vai-se arrastando. Em maio de 1984 é finalmente aprovado o estatuto da RDP⁶⁸⁴. Para trás, ficarão duas propostas declaradas inconstitucionais. A Lei da Radiodifusão, cuja publicação fazia parte dos objetivos do Governo, ainda esperaria mais quatro anos.

detalhadamente as características do sistema. A Antena 1 foi pioneira na utilização do sistema RDS, a partir de setembro de 1988. Mas o projeto continuaria ainda a ser desenvolvido nos anos seguintes.: em 1999, seria estendido a toda a rede de FM (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1989).

⁶⁷⁸ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1986. Esta rede de distribuição seria desenvolvida nos anos seguintes, e interligaria todos os centros de produção, incluindo o de OC, os emissores e a rede de DAB.

⁶⁷⁹ Intercâmbio de programas entre membros da União Europeia de Radiodifusão.

⁶⁸⁰ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1988.

⁶⁸¹ Cf. Decreto-Lei n.º 17/79, de 8 de fevereiro.

⁶⁸² Cf. Preâmbulo do Decreto-Lei n.º 167/84, de 22 de maio.

⁶⁸³ Cf. Preâmbulo do Decreto-Lei n.º 167/84, de 22 de maio.

⁶⁸⁴ Decreto-Lei n.º 167/84, de 22 de maio.

O estatuto da RDP veio enquadrar a empresa ao nível normativo e orgânico. É ressalvada a sua autonomia de gestão e administração, assim como a independência em relação aos poderes político e económico. É definida a atribuição principal da RDP, como sendo a prestação do serviço público. Quanto aos canais, a tutela estabelece a existência mínima de três programas nacionais e define linhas gerais de programação. Com efeito, apesar de assumir a independência da rádio pública na definição da sua programação, e ao contrário do que acontecia no primeiro estatuto, este diploma estabelece linhas gerais de programação, que passavam por: ter informação pluralista e rigorosa; promover a liberdade de acesso às diferentes correntes de pensamento; incentivar a participação do público e do debate crítico; respeitar e divulgar a cultura do passado, com particular destaque para os temas ou autores nacionais; ser didática e divulgadora, revelando artistas ainda não conhecidos; desenvolver uma programação transversal e adaptá-la de acordo com os resultados de consultas periódicas aos públicos; lutar contra o analfabetismo; cuidar da integração social de crianças e adolescentes; estimular o desporto, o civismo, o patriotismo, lutando contra a degradação social. De acordo com o estatuto, a rádio pública devia, ainda, estabelecer laços com as comunidades portuguesas residentes no estrangeiro, através das emissões em OC e proceder à regionalização das suas emissões. Os órgãos da empresa são alterados, passando a ser compostos por um conselho geral, um conselho de administração e uma comissão fiscal. Todos eles tinham uma maioria mais ou menos significativa de membros eleitos pelo Governo⁶⁸⁵.

Na sequência da aprovação dos estatutos, são feitos novos ajustamentos estruturais. Ao mesmo tempo, a RDP inicia uma política de redimensionamento da empresa, associada à descentralização dos centros de produção⁶⁸⁶. Além disso, são resolvidas várias situações de impasse relativas ao vínculo laboral de alguns trabalhadores⁶⁸⁷. É um momento importante na implantação da empresa, que, paralelamente, consegue subir as audiências.

VI.2.8 | O FIM DAS ORQUESTRAS DA RDP

As Orquestras Sinfónicas da RDP são extintas em 1989, culminando um processo de degradação particularmente forte nessa década. Porém, o processo ainda se irá arrastar durante uns anos.

A Orquestra Sinfónica de Lisboa da RDP (inicialmente Orquestra Sinfónica Nacional) havia sido fundada pelo maestro Pedro de Freitas Branco. A sua primeira apresentação data de 26 de novembro

⁶⁸⁵ Decreto-Lei n.º 167/84, de 22 de maio.

⁶⁸⁶ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1984.

⁶⁸⁷ Cf. Decreto-Lei n.º 293/84, de 30 de agosto.

de 1935, no São Luiz, em Lisboa⁶⁸⁸. Durante mais de 50 anos interpretou inúmeras obras e contou com a participação de várias figuras importantes do meio erudito, nomeadamente maestros e solistas. Ao longo dos anos foi constante a sua dedicação à estreia de obras portuguesas contemporâneas e, também, à atividade de gravação. Aliás, muitas das obras dos mais importantes maestros portugueses foram estreadas pela orquestra⁶⁸⁹.

Nos anos 60, Joly Braga Santos destacava-a como “o organismo colectivo mais valioso da vida musical portuguesa”⁶⁹⁰. E já nessa época a EN assumia as dificuldades em recrutar músicos para os seus agrupamentos; por um lado, o meio musical era limitado e, por outro, havia limitações orçamentais impostas pelo contexto nacional, que impediam remuneração da exclusividade. Nesse sentido, há algum tempo que a EN recorria a instrumentistas que fizessem já parte dos quadros do Estado em qualquer outro serviço, nomeadamente aos professores de música⁶⁹¹. Embora houvesse quem defendesse a passagem a organismo autónomo, Clemente Rogeiro cedo assumiu a importância de uma orquestra que se pudesse dedicar exclusivamente à emissora⁶⁹². Mas, o orçamento dedicado à orquestra era apertado⁶⁹³. A situação acabaria mesmo por levar o maestro Álvaro Cassuto (subdiretor da orquestra, que estava sem maestro titular desde a morte de Pedro de Freitas Branco, em 1963) a sugerir a criação de um grupo de amigos da orquestra, que pudessem ajudar a sustentar os necessários gastos e a desenvolver a sua atividade⁶⁹⁴.

A década de 70 marca a degradação deste sector da rádio pública. Em 1975, a RDP já só tem três orquestras: a Ligeira e as Sinfónicas de Lisboa e do Porto, agrupadas num departamento, cuja direção artística estava a cargo de José Atalaya⁶⁹⁵. Antes do final da década, tinham pouco mais de 200 músicos⁶⁹⁶ e uma atividade dinâmica, habitualmente feita de forma gratuita. Custavam à RDP cerca de cem mil contos por ano e não geravam receitas, pelo que o seu futuro começa a ser ponderado⁶⁹⁷.

⁶⁸⁸ Cf. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º6, de maio de 1985.

⁶⁸⁹ Cf. NUNES, J. M. 1992. Notas sobre uma Orquestra Sinfónica em Lisboa (documento datado de 19 de maio de 1992; arquivo da RTP).

⁶⁹⁰ Cf. *Rádio e Televisão*, de 4 de janeiro de 1964, p. 5.

⁶⁹¹ Cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º 91, de 22 de dezembro de 1964.

⁶⁹² Cf. ROCHA, N. 1971. Entrevista a Clemente Rogeiro. *Diário Popular* de 8 de janeiro de 1971, pp. 26-27.

⁶⁹³ Os gastos eram pesados e não só com a sinfónica da EN. Em 1970, a emissora gastou quase cinco mil contos com a Orquestra Sinfónica do Porto, à qual também estava ligada (Cf. ROCHA, N. 1971. Entrevista a Clemente Rogeiro. *Diário Popular* de 8 de janeiro de 1971, pp. 26-27).

⁶⁹⁴ O grupo foi criado ainda no início de 1974 (cf. jornais *A Capital*, de 13 de março de 1974 e *Diário de Lisboa* de 24 de fevereiro de 1974).

⁶⁹⁵ Foi à frente das orquestras da RDP que Atalaya criou as “Quinzenas Musicais”, festivais musicais de intercâmbio entre países.

⁶⁹⁶ Era, porém, assumida a falta de intérpretes no corpo de orquestras da RDP.

⁶⁹⁷ Cf. Relatório da Comissão Administrativa da RDP, com data de 12 de julho de 1979.

O excessivo peso acarretado pela Orquestra Sinfónica do Porto, que entretanto passara para a alçada da EN, está na origem da degradação das condições deste sector da rádio⁶⁹⁸. De facto, as orquestras eram um encargo pesado para a RDP. E parte das indemnizações compensatórias que a empresa recebia, a elas se devia. A reestruturação era uma intenção presente.

Em 1985 decide-se terminar com esta situação. A tutela queria ter um papel ativo no sector. A estratégia passa pela criação de uma “régie cooperativa de interesse público”⁶⁹⁹, para a qual transitariam as orquestras. Na Régie Cooperativa Sinfonia participavam a RDP, a RTP e o Estado (com maioria do capital). Mas havia abertura para a participação de autarquias ou outras entidades que permitissem uma diversificação do financiamento⁷⁰⁰. O diagnóstico da situação feito pelo Governo era claro: as orquestras eram um “problema agudo no panorama artístico do País”⁷⁰¹. Elas eram consideradas um pesado encargo para a rádio pública, o que, apesar do recebimento de indemnizações compensatórias, havia levado à sua degradação.

Os músicos e demais pessoal afeto às orquestras passariam, pois, para a Sinfonia em regime de comissão de serviço. Porém, o enquadramento das orquestras na cooperativa não foi feito de imediato: a Orquestra Sinfónica do Porto foi integrada apenas em 1989, e só no ano seguinte seria a vez da sua congénere de Lisboa; a Ligeira (cuja reorganização esteve prevista)⁷⁰², viria a envelhecer, até desaparecer por completo⁷⁰³. Após a saída das orquestras, a RDP passou a apoiar financeiramente a Cooperativa Sinfonia⁷⁰⁴.

Porém, a Régie Sinfonia não resultou. E à extinção das orquestras da RDP segue-se um período de indefinição. Em 1992, a Sinfonia já não é maior do que uma orquestra de câmara, com sede no Porto, e composta por músicos, sobretudo, estrangeiros⁷⁰⁵. Entretanto, em Lisboa, os instrumentistas estavam parados desde o último concerto da Sinfónica da RDP, em dezembro de 1989, e acabam por regressar à rádio⁷⁰⁶. Depois da extinção das orquestras da RDP, a tutela avançará com a criação, no Teatro

⁶⁹⁸ Cf. NUNES, J. M. 1992. Notas sobre uma Orquestra Sinfónica em Lisboa (documento datado de 19 de maio de 1992; arquivo da RTP).

⁶⁹⁹ Cf. Decreto-Lei n.º434/85, de 23 de outubro e Decreto-Lei n.º435/85, de 23 de outubro.

⁷⁰⁰ Essa diversificação veio, de facto, a acontecer com as autarquias de Lisboa, Porto e Braga, e com a Caixa Geral de Depósitos (cf. Cf. NUNES, J. M. 1992. Notas sobre uma Orquestra Sinfónica em Lisboa (documento datado de 19 de maio de 1992; arquivo da RTP).

⁷⁰¹ Cf. Decreto-Lei n.º434/85, de 23 de outubro e Decreto-Lei n.º435/85, de 23 de outubro.

⁷⁰² Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1989.

⁷⁰³ Cf. Entrevista de José Manuel Nunes, realizada em 31 de março de 2010.

⁷⁰⁴ Além do apoio à Sinfonia, a RDP encomendou concertos à Orquestra do Porto, em 1992. Essas formas de apoio não eram exclusivas para esta estrutura. Isso acontecia com outras orquestras, como a Metropolitana de Lisboa ou a Sinfónica Juvenil (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1982).

⁷⁰⁵ Cf. Memorando do Gabinete do Subsecretário de Estado Adjunto da Secretaria de Estado da Cultura, datado de 22 de julho de 1992; arquivo da RTP.

⁷⁰⁶ Cf. Carta do Conselho de Administração da RDP n.º 334/CA/92, de 11 de agosto de 1992; arquivo da RTP.

Nacional de S. Carlos, da Orquestra Sinfónica Portuguesa, em 1993. O destino das orquestras da rádio havia sido traçado pela tutela, como explica José Manuel Nunes:

“Manter duas orquestras sinfónicas dignas e com qualidade é uma missão nobre mas cara. Os meios financeiros de que a RDP dispunha, mesmo na sua época de estabilidade financeira (...) não dariam para cumprir esse objetivo. O Estado não quis financiar um programa de reforma das orquestras da RDP, decidindo gerir diretamente o sector sinfónico e operático⁷⁰⁷”.

VI.3 | A DÉCADA DE 90: A MAIORIDADE

VI.3.1 | A RECONFIGURAÇÃO DO SECTOR

Em funções desde 1989 está a administração liderada por Manuel Cardoso de Menezes⁷⁰⁸. O cenário que se coloca a esta direção é completamente novo. O mapa das 402 novas frequências locais fora publicado em outubro de 1988⁷⁰⁹. O mercado em que a RDP se encontra ao virar da década é, pois, parte de um sector em ebulição, com novas rádios, novos formatos e uma luta feroz pelas audiências e respetivas receitas publicitárias (na qual, em breve, entram novos canais de televisão). Acentua-se a progressiva fragmentação do público da rádio, à mercê das múltiplas possibilidades de escolha. A rádio pública ressentia-se imediatamente, com uma quebra nas receitas publicitárias, logo em 1988. Neste novo contexto comercialmente agressivo, a RDP chegará a afirmar-se ao lado do mercado:

“o serviço público de radiodifusão é, em primeira linha, um projecto cultural que há-de estar acima e para além da precariedade dos projectos meramente comerciais com os quais concorre na disputa não obsessiva das audiências”⁷¹⁰.

⁷⁰⁷ Cf. Entrevista realizada em 31 de março de 2010.

⁷⁰⁸ Inclui os vogais Fausto Correia, Isilda Matos, Jaime Fernandes e João David Nunes. Em 1990 (a 8 de novembro), sairia João David Nunes.

⁷⁰⁹ O processo só foi concluído em março de 1989; as frequências regionais só são atribuídas em 1990 (Azevedo, 2002)

⁷¹⁰ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1989, p. 8.

Mas um posicionamento maioritariamente cultural só é eficaz se a imagem da estação for boa. E a RDP chegava a este momento com uma pesada tarefa que importava resolver. Um estudo efectuado em 1989 revelava que a empresa não detinha qualquer perfil de imagem junto do público⁷¹¹.

Nesta altura, a participação e o poder estatais no mercado dos *media* estavam em profunda mutação. É o momento em que o monopólio televisivo termina. O Jornal de Notícias e o Diário de Notícias são privatizados. Nasce o jornal Público. E muitos projetos desaparecem⁷¹². E esse processo é, também, evidente na rádio. Os primeiros anos após a legalização marcam a lenta consolidação do mercado e o colapso dos projetos que não estavam preparados para sobreviver. A ineficácia de algumas empresas, num mercado muito competitivo, acabou por ditar o fim de dezenas de rádios e a compra de frequências por estações com outros meios e aspirações.

Com o passar do tempo, o sector da rádio movimenta cada vez menos dinheiro. O investimento feito em *outdoors* ultrapassa pela primeira vez o que é feito na rádio⁷¹³. Com a multiplicação e o estabelecimento dos competidores, as receitas publicitárias das estações comerciais da RDP estão em queda⁷¹⁴; curiosamente, as estações locais públicas vivem uma tendência contrária.

VI.3.2 | A VENDA DA RÁDIO COMERCIAL

Uma das mais importantes mudanças estruturais na RDP é a venda da RC, que acontece em 1993. As implicações dessa alienação estão na base do momento em que RDP assumirá, definitivamente, a missão de SP como a sua atividade principal, de uma forma que ainda não tinha acontecido. A compreensão da venda da RC leva-nos à década anterior, como veremos.

Nos anos 80, a vaga liberalizadora que se sentia pela Europa (e que descrevemos na primeira parte) chega a Portugal. Em meados da década, Portugal assiste a uma intensificação do debate sobre a abertura de canais privados de televisão. É, também, o reflexo da adesão de Portugal à CEE (Reis, 1996).

O Partido Social Democrata (PSD) pretendia abrir os *media* audiovisuais ao sector privado. E, quando toma posse, em 1985, o X Governo Constitucional⁷¹⁵ apresenta como um dos seus objetivos

⁷¹¹ Cf. Estudo do CEMASE, Centro de Estudos de Mercado e Análise Sócio-Económica.

⁷¹² É o caso do semanário Tempo ou do Diário de Lisboa, que não chegariam a 1991.

⁷¹³ A fatia que a rádio tem no bolo do mercado continua a cair e, no início da década, fica nos 8% (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1990).

⁷¹⁴ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1990.

⁷¹⁵ O Governo esteve em funções de 6 de outubro de 1985 a 17 de agosto de 1987.

programáticos a diminuição, a médio prazo, do peso do Estado no sector dos *media*⁷¹⁶. Imediatamente, as notícias começam a dar conta da possibilidade de privatização da RC⁷¹⁷, através da cedência da rádio a grupos privados pelo período de uma década⁷¹⁸. Na frente da corrida pelo ex-RCP, surgem a família Botelho Moniz e o Grupo Correio da Manhã

Neste momento, os meios político e empresarial estavam alinhados em relação à abertura do sector. Na oposição, o Partido Socialista (PS), que vinha a público denunciar “degradação” e “ilegalidades” na RC⁷¹⁹, era igualmente favorável à abertura do mercado aos privados. Porém, o PS defendia que tal não deveria ser feito à custa das emissoras públicas e, por isso, insurgia-se contra a eventual concessão da RC à iniciativa privada⁷²⁰.

Cai o Governo em 1987, transitando este processo para o próximo executivo de Cavaco Silva, desta feita já com maioria parlamentar. No seguimento do que havia sido iniciado, o novo Governo vai redimensionar, regular e liberalizar o sector dos *media*. O programa de Governo explicitava que “a intervenção do Estado limitar-se-á à garantia de um serviço público mínimo na Rádio e na Televisão”⁷²¹. Estava, assim, efetivamente, iniciado o processo. Porém, embora o sector dos jornais pudesse avançar desde logo, a venda da RC implicaria alterações legislativas, e a prioridade do executivo, no sector da rádio, era a lei dos licenciamentos⁷²².

Se recuarmos ao pós-25 de abril, constatamos que a manutenção de uma rádio comercial dentro da emissora de serviço público nunca foi consensual. Eram dois contextos com objetivos e métodos de trabalho diferentes. Já em 1976, João David Nunes⁷²³, apartava as duas realidades, defendendo uma crescente autonomia e diferenciação de identidades: “não podem ambas ter o mesmo tipo de gestão e de programação, para além de sectores específicos, como os serviços técnicos e alguns serviços de apoio”⁷²⁴. David Nunes estava correcto. A autonomia seria bem reconhecida, como explica Jaime Fernandes que, na altura, desempenhava funções diretivas na RC:

⁷¹⁶ O enquadramento legislativo desta intenção será posteriormente feito pelo Decreto-Lei n.º358/86, de 27 de outubro e pela Lei n.º20/86, de 21 de julho. Mais tarde, a Lei n.º24/87 vem alterar o Decreto-Lei n.º358/86.

⁷¹⁷ Cf. Comercial degrada-se. *Diário de Lisboa*, de 5 de novembro de 1986.

⁷¹⁸ Cf. Rádio Comercial prepara ‘aluguer’?. *Expresso*, de 1 de novembro de 1986.

⁷¹⁹ Cf. PS rejeita planos do Governo para a comunicação social do Estado. *O Diário*, de 6 de novembro de 1986.

⁷²⁰ Cf. PS recusa a privatização à custa da RDP e da RTP. *Diário de Notícias*, de 06 de novembro de 1986.

⁷²¹ Cf. Programa do XI Governo Constitucional [online]. [Acedido em 14 de março de 2010]. Disponível em: <http://www.psd.pt/archive/doc/GC11.pdf>.

⁷²² Cf. Privatização dos jornais pode avançar já. *Semanário*, de 5 de setembro de 1987.

⁷²³ Um dos mais reconhecidos profissionais do RCP, dirigiu posteriormente a RC e fez parte do CA da RDP.

⁷²⁴ Cf. Realizadores da RDP debatem problemas da rádio. *A Capital*, de 29 de novembro de 1976.

“nós conseguimos montar uma direcção forte (...) e como era uma rádio de grande sucesso a todos os níveis, quer na área da programação, quer na área comercial, havia respeito pela autonomia da RC. A possibilidade que nos deram sempre de ser autónomos e de não ter grandes ou nenhuma interferências (...) fez com que nós tivéssemos tido a possibilidade (...) de sermos particularmente inovadores e de ter feito ali experiências (...) que, na generalidade, consolidaram a imagem da RC como uma rádio diferente, uma rádio inovadora”⁷²⁵.

Com efeito, as receitas publicitárias da RC eram consideráveis e, em meados dos anos 80, o canal tinha mais de metade do mercado publicitário⁷²⁶. A rentabilidade era, obviamente, o motor da programação comercial⁷²⁷. Se o SP programava com um fim cultural, a RC programava com outro objetivo.

Entre 1979 e meados da década seguinte, a RC é o grande competidor da RR. A RC diferencia-se, logo no início da década de 80 quando, como explica Jaime Fernandes:

“começa a arriscar novas soluções e o FM consegue ser uma marca muito distinta. Logo se tornou líder de audiência. Há surpresa inicial, depois consolida-se... e durou forte até 85, quando começaram a aparecer as primeiras rádios piratas”⁷²⁸.

A RC era uma rádio “urbana, jovem e dinâmica”⁷²⁹. Em 1983 chega a ter 48% da audiência entre os 12 e os 24 anos, praticamente o dobro do que a RR conseguia na mesma faixa etária (28%). Nos locais com mais de 30 mil habitantes, esse valor subia para 64%; além disso, nos aglomerados populacionais maiores, 47% do auditório preferia a RC, enquanto apenas 31% preferiam a RR⁷³⁰.

Assim, a rádio chega a 1985 com uma audiência de 19%. Escassos três anos depois, esse valor é dramaticamente inferior, situando-se nos 8% (Mesquita *et al.*, 1986). Naturalmente, para a RDP, a importância das receitas e das audiências da RC era um dos principais obstáculos à separação. Antes da

⁷²⁵ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁷²⁶ Tal como pode ser visto nos relatórios e contas da rádio pública, a partir de 1979, as vendas de publicidade da RC subiram anualmente. Em 1983, por exemplo, a faturação publicitária da rádio representava 59% do mercado, rendendo 341,1 mil contos.

⁷²⁷ Um exemplo claro das diferentes filosofias era o dos programas desportivos. Enquanto o Canal 1, tinha obrigações de serviço público na cobertura de acontecimentos desportivos – acompanhava grande parte dos jogos do campeonato de futebol; a RC tinha em conta critérios de rentabilidade e transmitia apenas o mais importante.

⁷²⁸ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁷²⁹ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1983, p. 13.

⁷³⁰ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1983.

privatização, e mesmo depois de já estar numa fase descendente, a RC era ainda responsável por mais de metade da audiência da RDP.

Estatutariamente, era-lhe atribuída uma fatia na missão da rádio pública: “compete-lhe ainda exercer, dada a audiência de que dispõe, uma missão de serviço público, bem como uma função moralizadora do ‘mercado’ de radiodifusão, não sendo a maximização do lucro o seu objetivo essencial”⁷³¹. Devemos entender este enunciado no momento em que ele é feito. A RC é, cada vez menos lucrativa, o seu desempenho no mercado estava em declínio e a privatização estava já em cima da mesa. Nessa altura, o discurso das administrações tornava-se cada vez mais direcionado para a missão do serviço público, afastando-se da assunção da necessidade de audiência⁷³². Embora sem uma análise aprofundada da programação da RC (em OM e FM), tal afirmação possa ser questionada, entendemos que a inclusão, nesta altura, de uma estação como a RC (nomeadamente, em OM) na missão de SP é inconsistente. Como já vimos, canais comerciais e de SP transmitem com objetivos diferentes e os fins dos primeiros são incapazes de substituir os objetivos dos últimos.

No outono de 1987 o panorama radiofónico era de plena confusão e de concorrência cerrada. Perante as rádios piratas, as rádios legalizadas estavam a perder progressivamente audiência (Mesquita *et al.*, 1996). O espectro radioelétrico estava apinhado de estações, que interferiam nas transmissões umas das outras, incluindo nas das rádios legalizadas. O público-alvo (e a respetiva publicidade) da RC já não era só disputado com a RR. Havia a recém-criada RFM⁷³³, a Rádio Correio da Manhã ou a Rádio Cidade⁷³⁴. O desafio da RC era agora diferente. O mercado da capital concentrava uma grande parte dos potenciais ouvintes em FM do país, pelo que a luta que aqui se travava pela liderança no mercado era feroz, sobretudo entre RFM e Correio da Manhã. A RC tinha estagnado, apresentava uma programação considerada tradicional e, claramente, havia perdido ouvintes – o figurino mais “música e menos palavras” começava o seu reinado⁷³⁵. A estagnação da RC era atribuída à dúvida sobre o futuro da rádio que, entre governos, se havia gerado⁷³⁶.

Porém, nesta altura, o futuro da RC era já, inequivocamente, a privatização. Perante esta possibilidade, os ex-sócios do RCP pressionam o Governo, no sentido de serem indemnizados e de lhes ser entregue o que haviam perdido com a nacionalização⁷³⁷. Uma das hipóteses que, inicialmente, tomou forma, foi a realização da privatização por concurso público. No mercado ecoam os nomes dos potenciais

⁷³¹ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º22/90, de 08 de novembro

⁷³² Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1992.

⁷³³ Canal da Renascença, de conteúdo musical que começou a emitir a 1 de janeiro de 1987, usando a rede nacional que havia sido atribuída em 1985.

⁷³⁴ Cf. Rádios em disputa, *Televisão em paz. Expresso*, de 26 de setembro de 1987.

⁷³⁵ Cf. Rádios em disputa, *Televisão em paz. Expresso*, de 26 de setembro de 1987.

⁷³⁶ Cf. Rádios em disputa, *Televisão em paz. Expresso*, de 26 de setembro de 1987.

⁷³⁷ Cf. Governo atribui em novembro frequências radiofónicas. *Expresso*, de 3 de outubro de 1987; MONIZ, J. B. 1987. Rádio – a (i)legalidade. *Diário de Notícias*, de 13 de outubro de 1987.

interessados: a família Botelho Moniz, Carlos Barbosa, João David Nunes (o diretor em funções na altura) e João Martins (o produtor que detinha a publicidade da rádio na zona norte do país)⁷³⁸; ao longo dos anos, serão, aliás, estes os nomes recorrentes, a que se juntarão, ocasionalmente, o grupo FNAC com a TSF, Belmiro de Azevedo, a Assembleia Universal do Reino de Deus, a Lusomundo e mesmo a Antena 3 espanhola.

Claramente, a abertura do mercado sentenciou o declínio da RC. E com a legalização das privadas, os problemas agudizaram-se, como explica Jaime Fernandes:

“como facturávamos muito bem do ponto de vista comercial, nós tínhamos capacidade orçamental para estar sempre a inovar (...) íamos buscar os melhores. Com a fragmentação da publicidade através das rádios locais, (...) a publicidade começa a ser distribuída e a RC começa a ter dificuldades, e eu diria que, a partir de 90, 91, a RC perde todo o élan”⁷³⁹. O próprio sector sempre fora hostil à situação: “a pressão sempre foi muito grande (...) e começam a aparecer os privados a perguntar porque é que isto, sendo uma estação comercial, há-de estar no serviço público que, ainda por cima recebe taxas. (...) a RR era quem mais fazia pressão sobre os governos da época. Nem era tanto pela venda, era por alguns privilégios que a empresa tinha, nomeadamente, o facto de poder ter publicidade”⁷⁴⁰.

O destino da RC é traçado precisamente por esta conjunção de pressões políticas e de mercado.

Com a aproximação da alienação, forma-se um clima de tensão permanente na RDP, motivado pela escolha de quem vai ou não com a rádio e pelas próprias reestruturações internas; há trabalhadores que ficam na rádio pública mas não têm trabalho ou espaço nas instalações⁷⁴¹. Na RC, a crise é evidente, antes da separação da rádio pública. A saída de João David Nunes, em 1988, havia marcado o início do declínio⁷⁴². Segundo Pedro Castelo, a degradação da situação devia-se à saída de muitos profissionais⁷⁴³, à insuficiência das condições técnicas, à falta de uma estratégia de resposta ao novo

⁷³⁸ Cf. Rádio Comercial será privatizada em Outubro de 88. *Expresso*, de 17 de outubro de 1987.

⁷³⁹ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁷⁴⁰ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁷⁴¹ Cf. Mexidas na RDP antecedem processo de privatização. *Expresso*, de 6 de fevereiro de 1993.

⁷⁴² Cf. Memórias. *Visão*, de 25 de março de 1993.

⁷⁴³ A existência de uma tabela salarial fixa, na RDP, impedia pagamentos mais altos, o que penalizava a empresa no mercado de trabalho, quando confrontada com a oferta de outras estações.

mercado das privadas, e mesmo à vontade política⁷⁴⁴; mais: devia-se ao desinvestimento feito pela RDP⁷⁴⁵. Na verdade, a possibilidade de a estação ser privatizada esteve sempre no horizonte da RC, o que teve consequências. Como explica João David Nunes, “trabalhámos sempre na corda bamba, e sempre a abanarem-na”⁷⁴⁶. Até que a situação acabou por se tornar insustentável. Havia a convicção de que a RC atravessava teria sido evitada se a estação tivesse respondido adequadamente, primeiro ao aparecimento da RFM, e depois à liberalização do mercado. Uma das respostas possíveis teria sido a antecipação da privatização. David Nunes, num relatório apresentado em 1982, chegou a alertar para essa situação. Era, aliás, uma opinião partilhada Soares Louro, que justificava o atraso na privatização com as prioridades políticas⁷⁴⁷. Internamente, havia quem defendesse que a estação tinha sido penalizada, em detrimento dos canais não comerciais⁷⁴⁸.

O segundo Governo de maioria liderado por Cavaco Silva toma posse em 1991. Prosseguem as políticas de privatização e liberalização. Com o Diário de Notícias está terminada a privatização de títulos da imprensa escrita. Ao mesmo tempo, avança o concurso para a atribuição dos dois canais de televisão privados. O programa do Governo anuncia a privatização da RC e a limitação do serviço público de rádio à garantia do serviço mínimo. Prevê, também, a passagem da RDP a sociedade anónima e a adaptação da Lei da Rádio, após a experiência dos primeiros anos⁷⁴⁹. O anúncio da privatização e da alteração de estatuto é feito a 30 de novembro de 1991 (Mesquita, 1996).

A administração da RDP muda em 1992. À chegada, João Soares Louro, que dirigia a nova administração, fazia um diagnóstico que mostrava que algumas coisas não haviam mudado na década anterior: “nunca o poder político fosse ele qual fosse, soube resistir à tentação de colocar as suas clientelas nos órgãos de comunicação social. E a RDP não foi excepção à regra”⁷⁵⁰. Mas Louro trazia uma atitude mobilizadora, perante a mudança que se avizinhava⁷⁵¹; a nova administração tinha instruções da tutela no sentido de reestruturar a empresa com urgência⁷⁵². E a sua primeira missão seria a privatização da RC com todos os seus trabalhadores; terá sido, aliás, por assumir que essa tarefa seria impossível, que a anterior administração havia saído⁷⁵³. Louro assumia a estranheza da situação,

⁷⁴⁴ Cf. Pedro Castelo. *TV Guia*, de 12 de dezembro de 1992.

⁷⁴⁵ Cf. Na bolsa, a vida. *Sábado*, de 26 de março de 1993.

⁷⁴⁶ Cf. Memórias. *Visão*, de 25 de março de 1993.

⁷⁴⁷ Cf. Na bolsa, a vida. *Sábado*, de 26 de março de 1993.

⁷⁴⁸ Cf. Na bolsa, a vida. *Sábado*, de 26 de março de 1993 e Memórias. *Visão*, de 25 de março de 1993.

⁷⁴⁹ Cf. Programa do XII Governo Constitucional [online]. [Acedido em 28 de abril de 2010]. Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/pt/GC12/Governo/ProgramaGoverno/Pages/Programa.aspx>. Tratava-se aqui, sobretudo da reordenação de frequências e da regulamentação das cadeias de rádios, que até então não era permitida.

⁷⁵⁰ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º21/92, de 29 de outubro.

⁷⁵¹ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º5/92, de 2 de abril.

⁷⁵² Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1992.

⁷⁵³ Cf. Notícia breve sem título. *Semanário*, de 28 de março de 1992, p. 9.

do ponto de vista dos princípios do serviço público: “a vocação da RDP como serviço público não era ter no seu seio uma empresa comercial. Naturalmente, havia falta de experiência e de recursos, não se tinha uma perspetiva eminentemente comercial”⁷⁵⁴. A situação estava próxima da resolução e o ano seguinte, 1993, marcaria a viragem da empresa.

O processo de privatização tem início, no entanto cedo se percebe que o prazo estabelecido não vai ser cumprido. A situação era complexa, uma vez que a RC não tinha ao seu serviço apenas os meios do RCP aquando da nacionalização. Depois da junção das empresas, haviam sido feitos muitos investimentos pela RDP e, frequentemente, havia partilha de meios. Era preciso perceber qual o património que iria ser separado e quanto valia a RC⁷⁵⁵. O património da futura RC S.A. incluía as redes nacionais de OM e FM, e alguns terrenos, com respectivos equipamentos. Era necessário dotar a RC de condições adequadas à futura difusão autónoma dos seus canais. Para isso, seriam, por vezes, necessárias intervenções e investimentos, para autonomizar meios⁷⁵⁶. Em princípio, com a RC iriam todos os seus trabalhadores, incluindo colaboradores e contratados a prazo. Mas havia muitas incertezas. Não se sabia o que iria acontecer à RCN⁷⁵⁷. Desconhcia-se se os compradores estariam interessados em tudo ou apenas no alvará.

Nos últimos tempos a gestão da rádio é feita de forma a evitar investimentos desadequados, mas tentando preservar a imagem da estação⁷⁵⁸. Tem início uma campanha de promoção para os potenciais interessados na compra.

A RC é formalmente desligada da RDP em setembro de 1992. É desencadeado o processo legislativo para a sua passagem a empresa privada⁷⁵⁹ e até ao final desse ano são desenvolvidos os restantes mecanismos legais necessários à alienação⁷⁶⁰ e à venda⁷⁶¹. São, também, conhecidas as informações em falta no processo. As avaliações das consultoras situam o património da RC acima dos 800 mil contos e o Governo fixa o valor a pedir pela rádio em um milhão de contos. Tendo em conta que os estúdios da Sampaio e Pina são arrendados, o imóvel da Rua Tenente Valadim, no Porto, será o único a fazer parte

⁷⁵⁴ Cf. Na bolsa, a vida. *Sábado*, de 26 de março de 1993.

⁷⁵⁵ Foi desencadeado um processo de avaliação conduzido pelas empresas Coopers e Lybrand e Price Waterhouse (cf. Coopers e Price avaliam Rádio Comercial. *O Independente*, de 17 de janeiro de 1992). Note-se que estas empresas já haviam feito um serviço semelhante à RDP em 1988, com vista a uma eventual concessão da RC (cf. Informação 35/91/DFP, da direção financeira e de planeamento da RDP; arquivo da RTP).

⁷⁵⁶ Várias estações foram autonomizadas, o que implicou investimentos em obras e equipamento (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1992).

⁷⁵⁷ Cf. Coopers e Price avaliam Rádio Comercial. *O Independente*, de 17 de janeiro de 1992.

⁷⁵⁸ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1992, p. 25. Em tempo de restrições, o novo programa das manhãs da OM, conduzido por Carlos Pinto Coelho, causou polémica nos jornais, devido ao elevado custo das suas emissões (cf. 3000 coelhos. *O Independente*, de 5 de junho de 1992)

⁷⁵⁹ Cf. Decreto-Lei n.º198/92, de 23 de setembro.

⁷⁶⁰ Cf. Decreto-Lei n.º260/92, de 24 de novembro.

⁷⁶¹ Cf. Resolução do Conselho de Ministros n.º1/93, de 3 de dezembro de 1992.

dos bens alienáveis⁷⁶². De fora fica o terreno em Miramar, cujo valor imobiliário faria disparar os valores em causa⁷⁶³.

A dúvida vai crescendo no seio dos trabalhadores da RC, o que os leva a pedir à administração que lhes conceda o direito à escolha⁷⁶⁴. Tal não viria a acontecer, para impedir atrasos no processo⁷⁶⁵. Começam, pois, a ser informados, por carta, da sua integração na RDP ou na RC; de 250, quase 80 passaram para a empresa pública; a alegada falta de critério na escolha servia para aumentar o clima de desconforto que se vivia internamente⁷⁶⁶. Ninguém sabia se ia, se ficava, ou se era convidado a aposentar-se. O Governo estipula em 170 o número de funcionários que devem sair com a RC. A preocupação dos trabalhadores, sobretudo dos mais velhos, advinha, também, do facto de alguns dos potenciais interessados na RC considerarem esse número elevado⁷⁶⁷. Segundo Jaime Fernandes, o processo não foi “isento de algumas reclamações (...) e houve algumas pessoas que foram para a RC não contentes”⁷⁶⁸.

No seguimento da separação, a RDP abandona definitivamente a publicidade nas suas emissões no último dia de 1992⁷⁶⁹.

O desejo de Jorge Botelho Moniz⁷⁷⁰ é trazer a RC de volta à sua família, o que passaria pela recuperação da designação RCP. Baseado nessa legitimação moral, Moniz argumenta a justeza de uma cláusula com direito de preferência, nas condições do negócio⁷⁷¹ ou mesmo da negociação direta⁷⁷². Moniz reúne apoios e torna-se uma voz muito presente nos *media* na altura da privatização. Ele preferia um concurso público a uma OPV e via com bons olhos a troca de ativos da RC pela dívida existente relativa à nacionalização⁷⁷³. Para Moniz, era a oportunidade de o Estado fazer justiça:

“Nem todo o património que pertencia ao antigo RCP vai ser alienado na reprivatização da Rádio Comercial. A empresa discográfica faliu, o cinema Nimas

⁷⁶² Cf. Rádio Comercial à venda por um milhão. *Expresso*, de 15 de setembro de 1992.

⁷⁶³ Cf. Rádio Comercial à venda por um milhão. *Expresso*, de 15 de setembro de 1992.

⁷⁶⁴ Cf. Governo prepara Rádio Comercial para a privatização. *Diário de Notícias*, de 23 de setembro de 1992.

⁷⁶⁵ Cf. Na bolsa, a vida. *Sábado*, de 26 de março de 1993.

⁷⁶⁶ Cf. RDP recebe trabalhadores da Rádio Comercial. *Público*, de 3 de outubro de 1992.

⁷⁶⁷ Cf. Que fazer com esta Comercial?. *O Jornal*, de 6 de novembro de 1992.

⁷⁶⁸ Cf. Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁷⁶⁹ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1992.

⁷⁷⁰ Sobrinho do fundador do RCP e dirigente da rádio à altura da nacionalização. Note-se que existem um filho e um sobrinho do fundador do RCP e ambos têm o mesmo nome.

⁷⁷¹ Cf. Cooperativa apoia privatização. *Público*, de 27 de setembro de 1992.

⁷⁷² Cf. Família Botelho Moniz quer recuperar o seu histórico Rádio Clube Português. *O Dia*, de 23 de outubro de 1992.

⁷⁷³ Cf. Rádio Comercial à venda por um milhão. *Expresso*, de 15 de setembro de 1992.

foi vendido, bem como os terrenos da Parede, o Rádio Clube de Angola foi 'oferecido' às autoridades angolanas e a posição que detínhamos no capital social da RTP, logo abaixo do accionista Estado, foi nacionalizada e não indemnizada. Por tudo isto, pensamos ser chegada a hora de o Estado corrigir os atropelos, as ilegalidades e os erros passados, e atuar como pessoa de Bem que tem de ser"⁷⁷⁴.

Não será por concurso público, mas sim por operação pública de venda (OPV), em três fases, que a RC será alienada⁷⁷⁵. Os potenciais candidatos esperam pelas regras do jogo para decidirem se avançam ou não. À partida, a OPV não excluía nenhum potencial interessado⁷⁷⁶. O período de subscrição das ações decorre em meados de março de 1993 e a OPV é marcada para o dia 31 desse mês.

Surgem dois concorrentes à compra da RC: Jorge Botelho Moniz e Carlos Barbosa. Moniz pretende reaver o RCP e para tal constituiu uma *holding*, na qual participava Pinto Balsemão e João Martins; tinha os apoios dos grupos Mello e Espírito Santo, de Carlos Monjardino ou João David Nunes. Barbosa, pretendia expandir-se, uma vez que detinha a Correio da Manhã Rádio e o jornal com o mesmo nome. Apesar de o terem tentado, não foi conseguido entendimento entre os dois concorrentes, uma vez que nenhum estava disposto a abdicar de uma posição maioritária⁷⁷⁷.

No dia 31 de março de 1993, Carlos Barbosa e Botelho Moniz concorriam à privatização da RC na Bolsa de Valores de Lisboa. Ao quinto lance, Moniz desiste. Carlos Barbosa⁷⁷⁸ comprou a RC por um pouco mais de 1,2 milhões de contos⁷⁷⁹. À saída da Bolsa vinham juntos e sorridentes, o que imediatamente provocou especulações acerca de um entendimento entre ambos⁷⁸⁰. Barbosa ficava com mais 97% do capital da RC. Os trabalhadores haviam ficado com 1,7% das ações e o público apenas com 0,08%. Adelino Gomes escrevia, no dia seguinte, que o RCP havia morrido pela segunda vez⁷⁸¹.

⁷⁷⁴ Cf. Família Botelho Moniz quer recuperar o seu histórico Rádio Clube Português. *O Dia*, de 23 de outubro de 1992.

⁷⁷⁵ Um bloco indivisível de 700 mil ações, a mil escudos cada, seria leiloado em bolsa. Existiam, ainda, cem mil ações, que estavam destinadas a trabalhadores atuais e antigos da RC, ao preço de 825\$00; outro tanto, a 850\$00 a unidade, que estava limitado à compra por emigrantes e pequenos subscritores; e as restantes podiam ser compradas por investidores em geral, ao preço de 900\$00 (cf. Folheto informativo da privatização).

⁷⁷⁶ Incluindo a Igreja Universal do Reino de Deus, que se mostrava atenta à privatização (cf. OPV sem controlo. *O Independente*, de 27 de novembro de 1992).

⁷⁷⁷ Cf. Rádio Comercial vale 850 mil. *Diário Económico*, de 20 de março de 1993.

⁷⁷⁸ Barbosa, em conjunto com João Martins, concorreu ao leilão com uma sociedade gestora de participações chamada Rádio Surpresa (cf. 'Surpresa' de Carlos Barbosa conquista a Rádio Comercial'. *O Dia*, de 1 de abril de 1993).

⁷⁷⁹ Correspondentes ao bloco indivisível de 70% das ações por 875 mil contos, ao qual se acrescentaram as ações que não haviam sido compradas pelos trabalhadores, por cerca de 345 mil contos.

⁷⁸⁰ Cf. Nas ondas da Rádio Surpresa. *Público*, de 1 de abril de 1993. De facto, a imprensa noticiou amplamente, nos dias seguintes, que ao quinto lance, Moniz havia desistido, depois de estabelecidos os princípios básicos de um acordo entre os dois concorrentes, com vista à repartição do capital social (cf. artigos publicados no dia 2 de abril, nos jornais O Comércio do Porto, Diário do Minho, Jornal de Notícias, Diário de Notícias, Tal e Qual, O Dia, Diário Económico, e no dia 3, no Público).

⁷⁸¹ Cf. A segunda morte do Rádio Clube Português. *Público*, de 1 de abril de 1993.

Nos anos seguintes, manteve-se uma luta de alguns trabalhadores que haviam saído com a RC, no sentido de serem reintegrados na RDP⁷⁸².

Para a história ficam a "Febre de Sábado de Manhã" com Júlio Isidro; o bom humor do "Pão com Manteiga", com Mário Zambujal ou Carlos Cruz, entre outros; o "Café Concerto", de Maria José Mauperrin, o modelo do que viria a ser o magazine cultural contemporâneo; os programas de Maria Elisa e Miguel Esteves Cardoso; o jazz de José Duarte, o rock de Luís Filipe Barros e a divulgação de António Sérgio; o "Diário Rural" e o "Piquenição"; os concertos dos Tubes e dos Status Quo, e a oferta de um elefante ao Jardim Zoológico de Lisboa⁷⁸³. A RC trouxe para o éter o sexo, pela primeira vez, na rádio portuguesa. Por lá passaram Rui Morrison, Dora Maria, ou Pedro Castelo. Os Parodiantes de Lisboa passaram por lá com "Graça com todos"; Jaime Fernandes com a música *country*, Cândido Mota com o "Passageiro da Noite". A RC marcou o seu tempo pela inovação e uma dinâmica assinaláveis, sobretudo nos primeiros anos da década de 80, altura em que, como recorda João David Nunes, teve nas suas emissões um invejável grupo de profissionais⁷⁸⁴. Foi a base da rádio moderna em Portugal.

VI.3.3 | AS REESTRUTURAÇÕES DA RDP

A RDP começa a década com menos 127 funcionários do que em 1989⁷⁸⁵. Esse emagrecimento deveu-se, sobretudo à saída dos músicos das orquestras⁷⁸⁶, cuja extinção já foi aqui descrita. O sistema de cobrança de taxas atingia agora (14 anos depois) a totalidade do território⁷⁸⁷. Este é um momento importante na vida económico-financeira da RDP, que, na generalidade, vinha a evoluir favoravelmente⁷⁸⁸. É que, em 1991, a RDP tem um resultado líquido negativo, o que já não acontecia havia 8 anos⁷⁸⁹. Trata-se, claramente, de um momento de crise⁷⁹⁰. Esse era um dos motivos que levava a administração a considerar que a situação a médio prazo da empresa exigia uma mudança no rumo

⁷⁸² Cf. Carta dirigida ao presidente do CA da RDP, com a referência 402/CA/96, de julho de 1996; arquivo da RTP.

⁷⁸³ Cf. Memórias. *Visão*, de 25 de março de 1993.

⁷⁸⁴ Cf. Memórias. *Visão*, de 25 de março de 1993.

⁷⁸⁵ Em 1990 tinha 1898 trabalhadores.

⁷⁸⁶ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1990.

⁷⁸⁷ O protocolo celebrado com a EDP resultou, de facto, num aumento da eficácia na cobrança, primeiro no continente e depois nas ilhas.

⁷⁸⁸ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1990.

⁷⁸⁹ Na raiz do problema esteve, sobretudo, o não recebimento de um subsídio estatal previsto; mas além disso, houve atrasos na atualização prevista da taxa e a publicidade trazia menos proveitos (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1991).

⁷⁹⁰ De acordo com o CA, "após uma fase de políticas orientadas para a melhoria da situação financeira, centradas na optimização das condições de cobrança, no encurtamento dos prazos de pagamento, e recebimento e na recuperação das dívidas, é crucial reorientar a estratégia da Empresa com vista a melhorar a situação económica que inequivocamente se degradou" (*Relatório e Contas da RDP*, de 1991, pp. 19-20).

da gestão. Porém, não chegará a fazê-lo, uma vez que é substituída antes do final do primeiro trimestre de 1992.

A nova administração de Soares Louro⁷⁹¹ chega à RDP com a incumbência de melhorar a imagem da empresa, os produtos radiofónicos, as condições de trabalho, as condições de transmissão e cobertura, e reduzir os efetivos. O seu plano de ação era apresentado através de quatro linhas: reestruturar, redimensionar, reinstalar e reequipar. O diagnóstico, que será feito ao longo de vários meses, é claro: existia uma estrutura pesada e burocrática, instalações dispersas e degradadas, pouca autonomia e flexibilidade decisória, desadequação de órgãos existentes, incumprimento de planos de desenvolvimento e falta de comunicação⁷⁹².

Soares Louro avança, então, com uma nova macroestrutura da empresa, que marca a partida para uma nova fase na RDP. Desde logo, o excesso de trabalhadores é enfrentado com o estabelecimento de condições especiais para a aposentação ou cessação de contratos⁷⁹³. As grelhas de programas são, também, prontamente alteradas, porque importava diferenciar a RDP face aos canais comerciais. Nessa altura, as estações da RDP mudam (temporariamente) de nome, adotando a designação RDP 1 e RDP 2 (e logo depois Rádio Cultura⁷⁹⁴). As alterações são amplas: o sector do desporto passa para a alçada da direção de informação, é reestruturado o mapa de blocos informativos diários e surge a primeira editoria especializada (em economia⁷⁹⁵). Como resposta da empresa à saída da RC da sua esfera, são implementadas oito horas de emissões distintas entre a OM e a FM da RDP 1, logo em junho de 1993 (Mesquita et al., 1996⁷⁹⁶).

A RDP está em plena renovação. E é um período turbulento na empresa. Soares Louro dirá que são as necessárias consequências de uma não menos necessária mudança interna⁷⁹⁷. No âmbito dos incentivos à reforma ou à rescisão saem da RDP 359 trabalhadores só em 1993⁷⁹⁸. Com a venda da RC, em 1993, saem mais 170.

⁷⁹¹ Toma posse a 30 de março de 1992 um novo conselho de administração. Dirigido por João Soares Louro, o elenco administrativo conta com os vogais Jaime Fernandes (que faz a ponte com a administração anterior), Fernanda d'Eça e João Afonso Almeida.

⁷⁹² Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º21/92, de 29 de outubro.

⁷⁹³ Cf. Decreto-Lei n.º281/92, de 19 de dezembro.

⁷⁹⁴ O projeto da Rádio Cultura foi iniciado em março de 1993 e terminaria cerca de um ano depois, quando a nova administração substitui a direção de João Paes pela de José Manuel Nunes. Nunes pretendia um "canal mais aberto e eclético" (cf. *Rádio - jornal informativo da RDP*, IV série, ano 9, n.º37, de março de 1994). Este período específico é analisado na dissertação de mestrado de Maria Martins (1994)

⁷⁹⁵ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1992.

⁷⁹⁶ Essa diferenciação veio no seguimento de uma experiência semelhante, ainda nos anos 80, que foi circunscrita na altura aos emissores do litoral (Mesquita et al., 1996: 402).

⁷⁹⁷ Cf. Soares Louro procura figurino para a RDP. *Público*, de 12 de junho de 1993.

⁷⁹⁸ Recorde-se que a RDP tinha começado a década com quase dois milhares de trabalhadores. Com o CA seguinte, a redução de pessoal mantém-se prioritária, o que se reconhece numa das primeiras medidas da administração de Arlindo de Carvalho, que

Entretanto, no início de 1994, o estatuto jurídico da rádio pública é alterado⁷⁹⁹. A RDP passa a sociedade anónima, no seguimento do que havia sido feito à televisão. Esta alteração do modelo empresarial permitiu à RDP uma maior flexibilidade na gestão, em relação ao anterior modelo de empresa pública. O objetivo da mudança era que a rádio pública respondesse com mais eficiência aos novos desafios que tinha em mãos, tendo em conta a sua missão de serviço público. É nesse âmbito que são fortalecidos, estatutariamente, pilares do SP, como a independência. O Estado deixa de ter poder diretivo e tutelar, e passa à situação de acionista⁸⁰⁰. Tratou-se do início de uma mudança relevante. Isto porque o controlo político dos *media* públicos continuava a ser denunciado. Segundo Adelino Gomes, até 1995, houve um “efectivo controlo administrativo e em muitos momentos editorial pelo PSD da RDP e da RTP”⁸⁰¹. Das principais alterações nesse momento, destacam-se dois elementos que se tornaram comuns na tradição europeia de SP, nomeadamente, a criação do Conselho de Opinião, formado por representantes de sectores socialmente relevantes, com poder de eleição de membros da administração (depois de 1996); e a necessidade de celebração de um contrato de concessão da prestação de serviço público. O novo estatuto previa ainda a eleição do CA em assembleia-geral, que deveria ser convocada pela tutela num prazo máximo de 60 dias. A alteração do estatuto da RDP voltou a trazer a taxa para a discussão pública, uma vez que o Governo de Cavaco Silva havia acabado com a taxa da televisão aquando da passagem da RTP a sociedade anónima⁸⁰². No entanto, nada acontecerá à taxa da RDP, a não ser o habitual aumento do início do ano⁸⁰³.

Entretanto, em fevereiro de 1994 a administração muda na íntegra. Arlindo de Carvalho, ex-ministro da saúde que, enquanto estudante, tinha começado a trabalhar na RDP como operador de som, regressa à rádio pública como presidente do CA⁸⁰⁴. No seguimento da passagem da RDP a sociedade anónima, o cargo assumido por Carvalho tinha agora poderes reforçados. A transição entre as duas administrações esteve envolta em algum desconforto, uma vez que Louro soube que não iria continuar no lugar já depois do convite feito a Arlindo de Carvalho.

foi o incentivo à aposentação ou cessação de contratos, através da oferta de escalões ou indemnizações (cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º 27/94, de 15 de junho), logo na segunda metade de 1994. Assim, no final de 1996 a RDP terá apenas 1096 funcionários.

⁷⁹⁹ Cf. Decreto-Lei n.º2/94, de 10 de janeiro (transforma a RDP E.P. em RDP S.A., sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos).

⁸⁰⁰ Cf. Decreto-Lei n.º2/94, de 10 de janeiro. Com este decreto são publicados os novos estatutos da RDP, nos quais aparece o Conselho de opinião, em substituição do Conselho geral. Ao conselho de opinião cabe a eleição de dois membros do CA.

⁸⁰¹ Cf. As causas da coisa radiofónica. *Público*, de 31 de dezembro de 2002.

⁸⁰² Cf. E a taxa continua?. *Tal e Qual*, de 28 de janeiro de 1994 (o artigo reúne várias posições em relação ao assunto) e Taxa de radiodifusão continua a ser legal?. *Público*, de 6 de fevereiro de 1994.

⁸⁰³ Em 1994 passa de 245\$00 para 250\$00 mensais. As próprias audiências serviam como argumento para questionar a taxa (cf. *Viva a taxa. Expresso*, de 12 de fevereiro de 1994).

⁸⁰⁴ O CA é ainda composto pelo vice-presidente Carlos Veloso e pelos vogais Sérgio de Azevedo, Marques de Freitas e Inácio Morais Mendes. Veloso seria substituído por Maria Teresa Nunes em abril de 1995.

Com esta transição veio uma mudança de orientação. Soares Louro havia reestruturado, redimensionado e reequipado; Carvalho vinha tentar recuperar os ouvintes perdidos⁸⁰⁵. E, de facto, ainda nesse mesmo ano, Carvalho apresenta resultados que mostram audiências praticamente três vezes maiores⁸⁰⁶. Para esta melhoria, muito contribuiu o desempenho inicial do terceiro canal de rádio, que entretanto fora criado. As estações voltam à sua denominação anterior: Antena 1 e Antena 2; a RDP I passa a chamar-se RDP I – Rádio Portugal. Arlindo de Carvalho pretende emissões mais ligeiras para atrair público, e isso está na base das mudanças nas duas estações⁸⁰⁷. A Antena 1⁸⁰⁸ aposta em novas manhãs, conduzidas por João Paulo Diniz⁸⁰⁹, a Antena 2, agora dirigida por José Manuel Nunes, aligeira a emissão, apostando em mais informação⁸¹⁰ e reduzindo a ópera e a palavra⁸¹¹.

Entretanto, a aventura da descentralização da RDP está a terminar. Desde que o sector fora liberalizado, muitas rádios locais retransmitiam os serviços informativos das grandes estações, ligando-se em cadeia com a TSF ou a RR. Algumas faziam-no ao abrigo de acordos entre as partes, outras retransmitiam-nos sub-repticiamente. Em 1994, a RDP adota uma nova estratégia⁸¹². Começam a ser assinados protocolos com dezenas de rádios locais. Esses acordos, que permitiam, também, a retransmissão de programas recreativos e jogos de futebol, faziam parte do relançamento da nova Antena 1. A estratégia levou a que muitas das rádios aderentes terminassem as cadeias que faziam com a TSF, com a RR ou com a RC⁸¹³. Para Arlindo de Carvalho esta era a “rede nacional de correspondentes que a RDP até aqui não tinha”⁸¹⁴. Mas essa era apenas uma das faces da mudança. Enquanto a RDP se abria aos protocolos dava início ao encerramento das suas rádios locais⁸¹⁵. A Rádio Alto Douro é a primeira a ser afetada, com o seu quadro de pessoal a ser reduzido a apenas um jornalista⁸¹⁶. Segue-se a Rádio Elvas, que já só tinha duas horas de emissão diária, e que é encerrada em julho de 1994. As restantes (Viseu, Covilhã, Guarda, Santarém) vão fechando, acabando a RDP por ficar com uma rede de correspondentes nas capitais de distrito⁸¹⁷. Segundo Fernando Serejo, os motivos do encerramento foram sobretudo económicos, uma vez que a publicidade era o pilar financeiro destas rádios (2001).

⁸⁰⁵ Cf. Uma rádio à medida. *Expresso*, de 12 de fevereiro de 1994.

⁸⁰⁶ Cf. Arlindo feliz. *O Independente*, de 22 de julho de 1994; RDP triplica ouvintes. *Diário de Notícias*, de 21 de janeiro de 1995.

⁸⁰⁷ Cf. Popular caro. *O Independente*, de 11 de março de 1994.

⁸⁰⁸ Soares Louro chegou mesmo a assumir, nesta altura, o insucesso do seu projeto para a Antena 1, que havia, entretanto, perdido bastantes ouvintes (cf. O governo não tem uma política global de audiovisual. *O Independente*, de 11 de março de 1994).

⁸⁰⁹ Cf. Não faço rádio para os amigos. *O Diabo*, de 22 de março de 1994.

⁸¹⁰ Incluindo informação relativa ao trânsito.

⁸¹¹ Cf. A nova cultura na velha antena. *Jornal de Letras*, de 22 de março de 1994.

⁸¹² Cf. *Ordem de Serviço série A*, n.º 19/94, de 17 de março.

⁸¹³ Cf. RTP e RDP ‘juntam-se’. *Expresso*, de 19 de março de 1994.

⁸¹⁴ Cf. Rede de correspondentes da RDP arranca com 70 rádios locais. *Público*, de 7 de abril de 1994.

⁸¹⁵ Cf. Arlindo fecha. *O Independente*, de 8 de julho de 1994.

⁸¹⁶ Cf. RDP ‘redimensiona’ Rádio Alto-Douro. *O Primeiro de Janeiro*, de 13 de julho de 1994.

⁸¹⁷ Cf. RDP/Centro troca a ‘1’ pela ‘3’. *O Primeiro de Janeiro*, de 16 de agosto de 1994.

Mas não terá sido só o desinteresse do público que ditou o final das locais, como recorda José Manuel Nunes: “Não podemos esquecer que em 1994 estava para nascer a Antena 3. Eram necessárias as frequências de FM que estavam ocupadas com rádios locais. Na verdade, a 3ª rede nacional de FM atribuída em 1985 à RDP estava a ser usada de forma diferente do seu objetivo”⁸¹⁸.

Assim termina a regionalização da RDP, tal como vinha sendo implementada nos últimos anos. Simultaneamente, os centros regionais vêm reduzidos os seus espaços de programação própria⁸¹⁹. No lugar dos programas feitos nos estúdios das estações locais surgem agora os correspondentes que trabalham exclusivamente para o sector informativo.

No outono de 1995, muda o partido no Governo, após a vitória de António Guterres nas eleições. Muda, também, a administração da RDP. O novo CA, que é encabeçado por José Manuel Nunes⁸²⁰, leva imediatamente a cabo algumas mudanças estruturais na empresa. Depois de a efetiva independência da RDP face ao poder político ter sido inscrita nos objetivos do novo Governo⁸²¹, o CA traz Adelino Gomes, Francisco Sena Santos e David Borges para dirigirem a informação. O objetivo era reestruturar o sector e desenvolver uma informação isenta e de referência⁸²².

O ano de 1996 traria, finalmente, a tão aguardada mudança de instalações, mas também a nova RDP África e o novo Conselho de Opinião. Começa um novo ciclo da empresa, apostada na modernização tecnológica, na estabilidade da sua orgânica e no fortalecimento das suas finanças⁸²³. No final de 1998, o resultado da RDP foi já superior a 900 mil contos. Um dos fatores mais importantes nesse âmbito, e que viria a ter um peso determinante nas contas que se seguiram e no futuro económico-financeiro da empresa, foi o acordo celebrado com o Governo, que permitiu a passagem para a Caixa Geral de Aposentações das responsabilidades inerentes a quase um milhar de aposentados⁸²⁴. Como já tínhamos referido, a RDP tinha herdado situações laborais distintas, com o processo de nacionalização. O pessoal oriundo da EN e do quadro geral de adidos tinha mantido a natureza vitalícia do seu contrato à função pública. E os pesados encargos decorrentes das pensões dos funcionários que se aposentavam, eram inteiramente suportados pela RDP. O contrato entre a rádio pública e o Estado resultou, então, na passagem desses encargos para a Caixa Geral de Aposentações. Como contrapartida, a RDP pagou cerca de seis milhões de contos. O Estado custearia o eventual remanescente decorrente

⁸¹⁸ Entrevista realizada a 31 de março de 2010.

⁸¹⁹ Cf. ...E encerra centros regionais. *Público*, de 22 de agosto de 1994. Doravante, as emissões regionais irão, progressivamente, diminuindo, até se estabelecerem na sua ínfima expressão de uma hora diária, já no século XXI.

⁸²⁰ Tem como vice-presidente, Júlio César Pereira e como vogal José Ferro de Carvalho. O vice-presidente seria substituído em meados de 1996 por Fernando Cipriano Correia.

⁸²¹ Cf. Programa do XIII Governo Constitucional [online]. [Acedido em 20 de maio de 2010]. Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/pt/GC13/Governo/ProgramaGoverno/Pages/ProgramaGoverno.aspx>.

⁸²² Cf. Uma revolução tranquila. *Público*, de 12 de dezembro de 1995.

⁸²³ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1997.

⁸²⁴ Cf Decreto-Lei n.º90/99, de 22 de março.

desses encargos. Mas a partir daí, a RDP deixaria de receber do Estado as indemnizações e subsídios à exploração que estavam previstos na lei. Doravante, contaria apenas com a taxa de radiodifusão. A definição do seu processo de financiamento seria fulcral para o desenvolvimento de uma outra atitude perante a ideia de independência. Afinal, durante anos, a falta de autonomia financeira da RDP foi um entrave à sua independência perante os poderes político e económico⁸²⁵.

Mais tarde, em 1999, a RDP assina, com o Estado, o Contrato de Concessão do Serviço Público⁸²⁶, no qual se refere, de acordo com o contrato anterior, que a única fonte de receitas da RDP será a que resulta da cobrança da taxa de radiodifusão⁸²⁷. Será assim, estabilizada ao nível da orgânica, da regulamentação e das finanças, que a RDP irá entrar no novo milénio. Vejamos, pois, como foi o processo de digitalização iniciado nesta altura.

VI.3.4 | RUMO À DIGITALIZAÇÃO

A rádio pública está em plena modernização. A informatização tinha já começado nas redações logo no início da década⁸²⁸. No horizonte da rádio surgiam desafios resultantes da nova realidade tecnológica: satélites, transmissão por cabo, alta definição e *pay-per-view*. É o início da era digital em todo o seu esplendor e entusiasmo.

A sigla DAB começa a ser referida pela RDP⁸²⁹ como meta para o seu futuro, logo no início dos anos 90. É um momento de viragem de paradigma. O CD começa a tornar-se preponderante nas emissões da rádio pública. Da mesma forma, o DAT (Digital Audio Tape)⁸³⁰ passa a ser cada vez mais utilizado. O próprio registo da assiduidade dos trabalhadores passa a ser efectuado, eletronicamente, através de cartões e terminais de ponto⁸³¹.

A tecnologia disponível permite grandes avanços na reportagem no exterior. A aquisição de um telefone satélite, em 1991, foi um passo importante nas emissões da RDP. O equipamento permitia a

⁸²⁵ Cf. *Anuário da RDP*, de 1977.

⁸²⁶ Válido por 15 anos e renovável por iguais períodos. Nesse mesmo ano, a RDP é registada no Instituto de Comunicações de Portugal para o exercício de telecomunicações de uso público.

⁸²⁷ Cf. Contrato de Concessão de Serviço Público de Radiodifusão [online]. [Acedido em 18 de fevereiro de 2010]. Disponível em: http://ww1.rtp.pt/wportal/grupo/pdf/radio_ccsp.pdf.

⁸²⁸ As redações maiores (Antena 1, RDP Internacional e RC) são informatizadas com o sistema RADAR. O sistema permitia aceder às agências de notícias, pesquisar em base de dados, redigir e gerir o noticiário (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1990).

⁸²⁹ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1990.

⁸³⁰ O Digital Audio Tape (DAT) é um formato compacto de cassete digital que permite uma gravação sem compressão, como acontece no CD (ver Maddox, 1994); tem um uso praticamente circunscrito às indústrias cinematográfica e discográfica e está em fase de desaparecimento.

⁸³¹ Até 1993 era feito manualmente, nas folhas de ponto (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1992).

completa autonomia no contacto com os estúdios, em qualquer parte do mundo⁸³². Nesse ano, a empresa faz um grande investimento técnico, para o acompanhamento da visita a Portugal do Papa e do Campeonato Mundial de Futebol de Juniores⁸³³. Já no final da década irá adaptar vários veículos com meios digitais de transmissão, que espalhará pelos vários centros regionais. Para a gravação de música clássica são, também, equipados estúdios móveis, completamente digitalizados.

Em 1994 a rede de emissores estava obsoleta e, tal como estava previsto no plano de investimentos⁸³⁴, a RDP avança com a remodelação da rede. Ainda em 1994 são substituídos todos os emissores de OM com mais de 30 anos; seguem-se os de FM com mais de 15⁸³⁵. A par com a reestruturação orgânica dava-se corpo ao plano de modernização. Só até 1997, o plano implicava um gasto de cerca de dois milhões de contos, o que não tinha paralelo nas últimas três décadas. A receção por satélite foi alargada a todas as estações da rede.

Neste momento, o grande investimento era já na FM, mas a receção em OM também seria melhorada. Com o encerramento das estações locais, a RDP investia agora na melhoria técnica dos seus três programas nacionais⁸³⁶, incluindo obras nos estúdios e nas centrais técnicas, novas instalações⁸³⁷ e a instalação de estações de microcobertura, sobretudo no final da década. Essas estações vieram resolver um dos grandes problemas da RDP. Com efeito, a conclusão da rede primária de cobertura do território em FM, não garantia, ainda, a cobertura integral. A RDP ainda tinha dificuldades em proporcionar boa escuta em algumas regiões. Para resolver esse problema foi desenvolvido um plano de microcoberturas, ainda em 1997. Essa foi uma das prioridades da administração de José Manuel Nunes: “mais se poderia ter feito não fossem as dificuldades colocadas por entidades, designadamente as ligadas ao ambiente, à Natureza e à administração do território já que a RDP não carecia de aprovação dos municípios para os seus projectos de construção. Nalguns casos tivemos de desistir. Mas quando hoje vemos os cimos dessas serras cobertas de dezenas de aerogeradores dá para sorrir”⁸³⁸.

A digitalização de todo o processo de produção e emissão torna-se prioritária em 1997. E a efetiva mudança de paradigma no quotidiano dos trabalhadores acontece aquando da mudança de edifício em Lisboa⁸³⁹. A rádio transforma-se nas suas rotinas: “os gravadores de fita magnética de arrasto, os gira-

⁸³² Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1991.

⁸³³ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1991.

⁸³⁴ Cf. Ao telefone com.... João Soares Louro. *Tal e Qual*, de 7 de janeiro de 1994.

⁸³⁵ Cf. RDP reforma rede difusora. *Público*, de 22 de maio de 1994.

⁸³⁶ Cf. RDP transforma rede de emissores. *Diário de Notícias*, de 15 de dezembro de 1994.

⁸³⁷ Depois da inauguração dos centros de Lisboa e do Funchal, o novo centro de produção de Ponta Delgada será inaugurado em 1998.

⁸³⁸ Entrevista a José Manuel Nunes realizada em 31 de março de 2010.

⁸³⁹ Embora deva ser referido que a mudança nos centros regionais foi claramente mais lenta do que na sede.

discos, os teletipos e as máquinas de escrever desaparecem. O papel perde importância em detrimento da informação *on line*. A substituir tudo isso, surge, dominante, o omnipresente computador”⁸⁴⁰.

É, de facto, um momento de grande investimento tecnológico na rádio pública. Mil novecentos e noventa e oito é o ano em que a rádio pública salta para duas novas plataformas: desenvolve-se o sítio da Internet, com quatro emissões em *streaming* e algum áudio *on demand*; e materializa-se a grande aposta da RDP, o DAB.

Os primeiros aparelhos destinados a testes com o DAB tinham sido adquiridos já na primeira metade da década⁸⁴¹. O entusiasmo em torno das potencialidades do novo sistema, que se previa que viesse a substituir o FM gradualmente, depois de 2010, era enorme. Nas primeiras semanas de 1998 são feitas as primeiras emissões experimentais em colaboração com a Grundig, que fornece o auto-rádio que equipa o veículo dos testes. Com a abertura da Expo 98, em Lisboa, o sistema é apresentado e arrancam as emissões (retransmissões das três antenas da RDP, da Rádio Expo, do Canal 1 da RR e da RFM)⁸⁴². São inicialmente colocados em funcionamento quatro emissores, três em Lisboa e um no Porto. Posteriormente, a RDP irá concorrer ao concurso público para o estabelecimento da infraestrutura decorrente da atribuição da licença para a rede nacional de T-DAB. A RDP ganhou o concurso, mas as previsões da rádio pública acabaram por não se concretizar, como explica José Manuel Nunes: a RDP “implantou a rede e nada mais se passou. O governo não estabeleceu regras para a utilização do *multiplexer* e assim ficámos. A RR e a RC não têm vocação para pioneiros, e garantido o congelamento da situação, o DAB deixou de ser assunto em Portugal”⁸⁴³.

O processo de digitalização dos arquivos sonoros está, também, praticamente concluído nos últimos anos da década de 90. A degradação de muitos dos registos da EN, principalmente dos mais antigos, anteriores a 1940, era evidente, pelo que esta ação de preservação da memória do país se revestia de grande importância.

A RDP chega a 2000, em plena era da euforia “.com”,

“com a primeira revolução digital completa. Informatizou horizontalmente todos os serviços; digitalizou quase por completo as tecnologias de produção

⁸⁴⁰ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1996, p. 7.

⁸⁴¹ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1993.

⁸⁴² Cf. MASCARENHAS, F. 1998. DAB. *Relatório e Contas da RDP*, de 1998.

⁸⁴³ Entrevista realizada em 31 de março de 2010.

radiofónica⁸⁴⁴ (...); lidera a Rádio Digital, com 15 emissores DAB a funcionar no fim de 1999 e transporta em rede própria todo um mundo de informação⁸⁴⁵.

Na internet, a RDP está desde 1998. O seu *site* é perfeitamente enquadrado nas boas práticas da época: canais em *streaming* e informações institucionais simples (Pacheco, 2010). Dois anos depois, o *site* evoluiu significativamente, tanto ao nível da estrutura como da informação disponibilizada; nessa altura inclui já informações de trânsito, ou de desporto (Pacheco, 2010). Manter-se-á até 2003, altura em que a revolução organizacional da rádio, implicou a sua transformação.

VI.3.5 | UMA NOVA CASA DA RÁDIO

A necessidade de concentrar serviços na capital era grande. Sobretudo a partir da segunda metade da década de 70, quando a dispersão de serviços se tornou ainda maior⁸⁴⁶. A construção de um edifício para a sede era um projeto antigo das administrações da RDP. Em 1988, a RDP chega mesmo a assinar um protocolo com a autarquia lisboeta e com a RTP para a construção de uma casa da rádio. O estudo prévio ainda seria entregue, no entanto o processo foi interrompido em 1992, perante as negociações para a aquisição de um edifício já construído. Tratava-se do edifício da Phillips que entretanto havia ficado vago. A RDP avança para a sua compra e, ainda em 1993, consegue lá localizar vários dos seus serviços centrais⁸⁴⁷. Fica, a partir de então, dividida entre os números 5 e 6 da Avenida Duarte Pacheco, e entre os números 1 da Rua de São Marçal e 21 e 22 da Rua do Quelhas⁸⁴⁸. No início de 1994, far-se-á a primeira emissão do edifício Phillips, para a Antena 3.

A compra do novo edifício tinha uma importante dimensão simbólica. Significava uma vontade de mudança de atitude dentro da empresa. Como recorda Jaime Fernandes, a administração pretendia

“abandonar toda a imagem velha da EN, ou seja, nós precisávamos de sair imediatamente do Quelhas. O Quelhas representava o pior que tinha toda a

⁸⁴⁴ Embora existisse um sistema a funcionar desde 1996 na RDP África e no sector da informação, a generalização de um sistema de emissão e edição de áudio foi efetuada em 1999.

⁸⁴⁵ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1999, p. 13.

⁸⁴⁶ No número 2 da Rua do Quelhas funcionava a direção de programas, a repartição de documentação e arquivo, a secção desportiva ou a direção dos serviços técnicos. No número 21 existia o arquivo histórico e o departamento de programas internacionais. Vários serviços, como o de gravação e composição radiofónicas, ou a secção de realização e montagens funcionavam em S. Marçal. Na Rua Sampaio e Pina estavam instalados o Programa 4, o Departamento de Informação (cf. Dossier da visita do conselho de informação para a RDP, 22 de março de 1978; arquivo da RDP).

⁸⁴⁷ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1993.

⁸⁴⁸ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º13/93, de 3 de junho.

imagem. (...) Representava o funcionalismo público (...). Era incompatível com a nova realidade e com os tempos modernos. (...) Havia que fazer a ruptura”⁸⁴⁹.

Com a instalação no novo edifício, com tecnologia atualizada e modernas condições de trabalho “começámos a abandonar os velhos métodos de produção, de fazer rádio (...). Criou-se, na realidade, um novo espírito. Também tivemos a oportunidade de renovar quadros (...) E a empresa conseguiu renovar-se”⁸⁵⁰. Porém, a compra da nova casa da rádio não foi consensual. Arlindo de Carvalho, entretanto chegado à administração, prontamente critica a opção do seu antecessor, uma vez que a RDP só era proprietária de cerca de um terço do edifício, e tinha de pagar uma considerável renda anual; além disso, o imóvel fora comprado numa altura em que o mercado estava em alta. Carvalho chegou a querer desfazer o negócio, mas tal não foi possível⁸⁵¹.

De facto, a RDP havia comprado por 4,8 milhões de contos apenas uma parte do edifício e pelo aluguer do restante, pagava 40 mil contos mensais. O objetivo de Soares Louro era ir comprando à Fundimo (a proprietária) o resto do edifício, à medida que conseguisse vender os vários imóveis que tinha na capital. Só que esse processo não estava a ser tão rápido como se esperava⁸⁵².

Em 1994 a RDP acorda com o Instituto Superior de Ciências Económicas e Financeiras (ISEG) a venda das suas antigas instalações na Rua do Quelhas. Curiosamente, essas instalações haviam sido construídas originalmente para o ISEG, no entanto, foi a emissora que lá ficou durante cerca de meio século. Apenas no início de 1996 a RDP sai da Rua do Quelhas e se muda para o novo Centro de Produção de Lisboa (CPL)⁸⁵³. De fora do novo centro ficam apenas alguns serviços, num edifício situado na mesma rua. É, simbolicamente, um momento de modernização da empresa.

VI.3.6 | A REORGANIZAÇÃO DA OFERTA DE CONTEÚDOS: REPOSICIONAMENTO DE CANAIS, NOVAS ESTAÇÕES E PROJETOS ESPECIAIS

Com a venda da RC e com o final da descentralização das emissões, a RDP tem necessidade de adaptar a sua oferta de canais e conteúdos. Sem a RC a rádio pública tem menos ouvintes, o que implicou uma

⁸⁴⁹ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁸⁵⁰ Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁸⁵¹ Cf. Uma rádio à medida. *Expresso*, de 12 de fevereiro de 1994.

⁸⁵² Cf. RDP: impasse nas Amoreiras. *Expresso*, de 12 de março de 1994.

⁸⁵³ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º20/95, de 19 de dezembro.

resposta imediata, através da Antena 1. No ano seguinte, chegará mais um canal nacional. Depois disso, na segunda metade da década, a RDP irá ainda reposicionar as suas estações, como veremos.

A RC vinha, nos últimos anos, reformulando as suas grelhas e diferenciando os canais de OM e FM, como resposta à sua perda de posição no mercado e na audiência⁸⁵⁴. O FM continuava a ter uma dimensão mais exigente, ao passo que a OM se revestia de um carácter mais popular. Mas, mesmo à beira da privatização, a aposta da RC vai ser na transmissão de simultâneos entre as duas emissões⁸⁵⁵. O programa da manhã passa a ser comum, com um figurino mais leve, no qual a informação era menos avassaladora. Ao mesmo tempo, a RC aposta num maior equilíbrio entre a palavra e a música⁸⁵⁶. Claramente, a RDP aguardava a conclusão da venda da RC para poder reorganizar a sua oferta de canais. A RC entra está num processo de gestão corrente, até ao momento da privatização. É nesta altura que o lançamento de novos canais começa a ser falado publicamente⁸⁵⁷.

Entretanto, a RDP responde à perda da estação que mais ouvintes lhe trazia, com uma profunda alteração nos programas, logo no início de 1994. Uma verdadeira constelação chega ao primeiro canal da rádio pública: Catarina Furtado, Rui Reininho, Júlio Machado Vaz, Inês Pedrosa, Manuela Moura Guedes, entre outros⁸⁵⁸. O serviço informativo sobre o trânsito atinge uma importância enorme nas emissões. O repórter da Antena 1 sobrevoa diariamente os céus de Lisboa em avião e helicóptero para dar conta dos engarrafamentos⁸⁵⁹; é um serviço cada vez mais relevante nas emissões. As rádios assumem o local privilegiado para a audição da rádio que é o automóvel. Os repórteres tornam-se conhecidos do grande público e são alvo de aliciantes propostas das rádios concorrentes⁸⁶⁰. Ainda em 1994 a Antena 1 abre aos ouvintes uma linha verde de trânsito.

Apesar desse investimento na renovação, ao longo da década, a Antena 1 há-de manter a identidade das suas emissões ancorada em programas de carácter etnológico ou itinerante (como o “Lugar ao Sul” ou o “Passeio das virtudes”), no desporto, na informação e no acompanhamento de grandes eventos, como as feiras de maiores dimensões. Entretanto, no início dos anos 90, a RDP mostrou um interesse renovado pelo teatro, que, na década anterior, tinha entrado em declínio na sua programação⁸⁶¹. Em 1992 são transmitidas mais de 60 peças, três folhetins e uma série nas Antenas 1 e 2⁸⁶². Depois disto,

⁸⁵⁴ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1990.

⁸⁵⁵ Cf. Acertos na Comercial. *Diário de Notícias*, de 22 de novembro de 1992.

⁸⁵⁶ Cf. Pedro Castelo. *TV Guia*, de 12 de dezembro de 1992.

⁸⁵⁷ Cf. Mais dois canais?. *O Jornal* de 24 de setembro de 1992.

⁸⁵⁸ Cf. Chuva de estrelas na emissora nacional. *Público*, de 16 de janeiro de 1994.

⁸⁵⁹ Cf. Voando sobre um ninho de carros. *Diário de Notícias*, de 31 de janeiro de 1994.

⁸⁶⁰ Cf. Os repórteres voadores. *Diário de Notícias*, de 31 de janeiro de 1994.

⁸⁶¹ Cf. *Informação Rádio – Boletim interno da RDP*, n.º 10, de dezembro de 1985.

⁸⁶² Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1992.

os folhetins manter-se-iam em antena durante mais algum tempo. E em meados de 1994 a Antena 1 ainda estreia a “Balada da Praia dos Cães”, de José Cardoso Pires, depois do jornal do meio-dia⁸⁶³.

O Programa 2, correspondendo a uma designação já adotada pelos ouvintes, passou, em 1990, a chamar-se Antena 2. Continuou, regularmente, a acompanhar a temporada de concertos da UER e os principais encontros e festivais de âmbito clássico em Portugal. Era uma rádio estável, atenta aos grandes acontecimentos e efemérides culturais.

Ainda na primeira metade da década, a RDP Internacional passa a transmitir, pela primeira vez, um programa diário exclusivamente realizado para Timor. Até então, a região apenas captava as emissões transmitidas para África⁸⁶⁴. Esta emissão em OC era falada em português e tetum.

Na segunda metade da década de 90, já com a nova administração, são, de novo, alteradas as grelhas na Antena 1 e da Antena 2. Em 1996 há uma clara aposta na informação da RDP. A administração queria que a informação da rádio pública se tornasse uma referência de isenção. Em destaque, na Antena 1, passa a estar o programa da manhã (das 7.00 às 10.00 horas), que é um espaço de dimensão marcadamente informativa. Ganham espaço o debate e o comentário. Ao nível da programação a aposta faz-se na música portuguesa, reforçando a sua presença em antena. A Antena 1 ganha o slogan “A rádio portuguesa”. A RDP Internacional caminhou, nesta altura, para uma descentralização das suas emissões, que passavam a ter origem mais frequentemente, nos centros regionais, e passou a fazer simultâneos com a Antena 1, sempre que havia transmissões especiais.

As emissões regionais eram agora francamente menores. Desde que a Antena 3 tinha sido criada que os desdobramentos das emissões regionais eram feitos na rede da rádio jovem. Assim, a programação da RDP Centro e Sul, nos seus horários de emissão, interrompia a emissão da Antena 3. Isso resultava na ocupação de uma frequência por duas linhas de programação distintas, o que era claramente prejudicial à emissão. A RDP Norte não tinha, nesta fase, emissão regional.

Para uniformizar o processo, os três centros de produção passaram a emitir programação regional na rede da Antena 1, a partir de fevereiro de 1997; três horas diárias de segunda a sexta-feira (no ano seguinte passariam a quatro) e cinco ao fim-de-semana⁸⁶⁵. Este será o modelo que vigorará praticamente até 2003. Os centros regionais produziam ainda períodos de emissão nacional, através da Antena 1. Precisamente, o canal generalista continua, até 2003, a sair para a rua com o “Lugar ao Sul” ou com a “Feira Franca” e mantém-se ligado aos principais acontecimentos desportivos e da atualidade nacional e internacional.

⁸⁶³ Cf. Folhetim radiofónico na Antena 1. *Diário de Notícias*, de 3 de junho de 1004.

⁸⁶⁴ Cf. Rádio para Timor. *Público*, de 21 de janeiro de 1994.

⁸⁶⁵ Cf. *Ordem de serviço série A*, n.º5/97, de 30 de janeiro.

a | *O canal jovem da RDP*

No início da década, a RDP tinha por aproveitar a rede que lhe havia sido entregue em meados dos anos 80. Havia várias perspectivas dentro da administração sobre o destino a dar à rede. De um lado, o presidente, Soares Louro, adepto da criação de uma rádio de notícias. Do outro, Jaime Fernandes, defensor de uma rádio jovem alternativa:

“João Soares Louro queria fazer daquela rede uma TSF, (...) e eu opunha-me porque achava que a TSF estava muito bem instalada no mercado, (...) não valia a pena a empresa pública ir entrar naquele território (...) e nós podíamos transformar a Antena 1 numa rádio de notícias (...). Andámos ali meses num braço de ferro (...). E eu, de alguma forma, acabo por vencê-los pelo cansaço e consigo impor a Antena 3”⁸⁶⁶.

O objetivo era que esse novo canal pudesse recuperar o terreno perdido em relação à RR e à Rádio Correio da Manhã, além de combater o envelhecimento do auditório da RDP. E assim o projeto avança em regime de teste. O terceiro canal da RDP estava em emissões experimentais, desde junho de 1993. Inicialmente tinha a designação RDP FM e apenas uma frequência em Lisboa e outra no Porto. Depois, passou a ouvir-se em Braga. Integrava-se no recente “serviço global de comunicação” da RDP⁸⁶⁷.

Quando a administração muda, no início de 1994, os profissionais que estavam na nova rádio pública passam por alguma angústia perante a incerteza do futuro. Mas o projeto acaba por ter luz verde para continuar⁸⁶⁸. Arlindo de Carvalho, chama o ex-administrador Jaime Fernandes, que fora o impulsionador do projeto, para estudar a forma de implementar a estação⁸⁶⁹. O seu objetivo será pôr o canal jovem da RDP definitivamente a funcionar. A trabalhar nesse projeto estavam cerca de uma vintena de profissionais que haviam sido contratados à Rádio Energia e a outras estações da capital, e que se juntaram a elementos oriundos da RDP. Entre os principais nomes da estação encontravam-se Luís Filipe Barros, Sofia Louro, Miguel Quintão, Augusto Seabra, Henrique Amaro, António Freitas, José

⁸⁶⁶ Cf. Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁸⁶⁷ Expressão frequentemente utilizada nas promoções do canal durante esse período (cf. *Rádio – jornal informativo da RDP*, IV série, n.º31, de setembro de 1993).

⁸⁶⁸ Cf. Podíamos ter tido mais apoio. *A Capital*, de 24 de outubro de 1995.

⁸⁶⁹ Cf. RDP à conquista de ouvintes. *Expresso*, de 5 de março de 1994.

Mariño, ou Álvaro Costa. Apesar dos rumores⁸⁷⁰ que davam conta do final do projeto devido ao seu elevado custo, a rádio jovem avançou mesmo.

Mas a Antena 3 teria de ser um produto diferente, segundo Jaime Fernandes: “as três últimas décadas produziram transformações profundas, quer do ponto de vista social quer cultural, nas gerações que as viveram e a música é um dos melhores reflexos dessas transformações. Existe uma memória que importa registar na atualidade e isso é a base no nosso projecto”⁸⁷¹.

Em abril de 1994 começam as emissões regulares. Era, também, a inauguração das emissões a partir do novo CPL. A Antena 3 transmitia exclusivamente em FM. Podia ser ouvida em Lisboa, no Porto e em Braga. Era dirigida a um público entre os 15 e os 40 anos e dava particular atenção à “cultura jovem portuguesa”⁸⁷². O seu modelo era próximo das rádios FM americanas⁸⁷³. Durante a semana tinha uma *playlist* composta, sobretudo, pelos sucessos do momento, ou com um máximo de quatro anos. Ao fim-de-semana a sua programação era composta por programas de autor, com as mais diversas orientações musicais. Além disso, havia, também, espaço para os desportos radicais. O objetivo, segundo Jaime Fernandes, era ser um “canal alternativo aos privados”⁸⁷⁴. O protocolo que tinha com a MTV dava-lhe acesso exclusivo a concertos e entrevistas com vedetas internacionais.

Aos poucos, a Antena 3 passa a chegar a outros locais e, paulatinamente, irá cobrir todo o país ao longo do verão de 1994⁸⁷⁵. A Antena 3 teve um bom desempenho ao nível das audiências, chegando a ser responsável por 60% da audiência da RDP, a nível nacional⁸⁷⁶. Mas esse período dourado não duraria muito. Jaime Fernandes explica o abaixamento progressivo das audiências da Antena 3 com o “desinvestimento”⁸⁷⁷ feito pela administração seguinte, em relação ao projeto.

A Antena 3 cobria na sua programação acontecimentos que as outras rádios dirigidas ao mesmo segmento jovem não acompanhavam, por desinteresse comercial. A estação esteve em Sarajevo, a transmitir o primeiro grande concerto pós-guerra, com os U2, em 1997⁸⁷⁸. E estava também presente nos grandes festivais de verão, para além de promover o aparecimento de novas bandas. Mas a Antena 3 não era apenas uma rádio de música. A estação sempre teve outras preocupações. Em 1999, aquando da escalada de violência em Timor, após o referendo, a estação tomou partido e avançou para a

⁸⁷⁰ Cf. Sem FM. *O Independente*, de 18 de março de 1994.

⁸⁷¹ Cf. *Rádio – jornal informativo da RDP*, IV série, ano 9, n.º35, de janeiro de 1994, p. 12.

⁸⁷² Cf. RDP apresenta o seu canal jovem. *Correio da Manhã*, de 12 de maio de 1994.

⁸⁷³ Cf. Copiámos o modelo das FM americanas. *A Capital*, de 12 de maio de 1994.

⁸⁷⁴ Cf. Antena 3 está no ar 24 horas para dar música aos ‘jovens’. *Diário de Notícias*, de 12 de maio de 1994.

⁸⁷⁵ Cf. Antena 3 ao ataque. *Sete*, de 31 de agosto de 1994.

⁸⁷⁶ Cf. Podíamos ter tido mais apoio. *A Capital*, de 24 de outubro de 1995.

⁸⁷⁷ Cf. Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁸⁷⁸ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1997.

mobilização do público. Durante alguns dias, cerca de um terço da programação da rádio foi dedicada a Timor⁸⁷⁹.

Com desempenhos já claramente inferiores, em 2001, e face ao reposicionamento no mercado da RC, da RFM⁸⁸⁰ e ao aparecimento da Mega FM, a Antena 3 irá sofrer uma forte remodelação, com mudanças na direção, imagem, programação e colaboradores. É o início de uma viragem que terá o seu momento decisivo na entrada de José Mariño e Rui Pêgo para a direção da estação, em 2005⁸⁸¹.

b | A RDP África

No ano em que a Antena 3 é inaugurada, a RDP I inaugura um emissor de FM em Cabo Verde. Depois da instalação na Praia, seguem-se São Vicente e Sal. No ano seguinte é a vez da Guiné Bissau. A RDP I investia bastante na sua rede, mas não só em África, uma vez que as emissões para Díli sofriam muitas interferências (provavelmente, provocadas deliberadamente pela Indonésia⁸⁸²). Por satélite, previa-se que a sua emissão chegasse em breve à costa este da América do Norte e a toda a América do Sul. As suas emissões desportivas eram as mais apreciadas⁸⁸³. A RDP I estava a mudar a sua orientação. Tratava-se de uma filosofia diferente. O final da histórica “Hora da Saudade” e o início da “Hora da Amizade” eram o reflexo de uma rádio que já não pretendia dirigir-se aos emigrantes portugueses, mas sim a todos os que falavam português⁸⁸⁴. Havia sido percebida a desvantagem dessa hibridez na emissão, e o objetivo era diferenciar os programas para portugueses residentes no estrangeiro dos que se destinavam aos falantes de língua portuguesa.

É nesse contexto que nasce, em 1995, a experiência africana da RDP, chamada de Canal África. Tinha entre seis a oito horas de emissão diária e fracas condições técnicas e humanas⁸⁸⁵. Segundo David Borges, que dirigiu a RDP África no arranque, esse período inicial foi caracterizado por uma “frágil filosofia de comunicação” com os seus ouvintes⁸⁸⁶. A RDP África nasce, de facto, enquanto canal autónomo e com uma programação diferenciada e estruturada, em 1 de abril de 1996⁸⁸⁷. A

⁸⁷⁹ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1999.

⁸⁸⁰ Cf. As duas primeiras reposicionaram-se no mercado, partilhando parte do público alvo da Antena 3. A Mega FM é o canal jovem do grupo da emissora católica, dirige-se aos jovens e jovens-adultos, e começou por ocupar uma frequência em Lisboa. Viria depois a estender as suas emissões ao Porto e a Coimbra.

⁸⁸¹ Para uma análise da Antena 3 e do seu papel de prestação de SP, cf. Monteiro (2008).

⁸⁸² Cf. Indonésia contra RDP-I em Timor. *Expresso*, de 15 de outubro de 1994.

⁸⁸³ Cf. Bloqueio de Timor furado por rádio. *Diário de Notícias*, de 20 de novembro de 1994.

⁸⁸⁴ Cf. Acabou a hora da saudade. *Novo Jornal Cabo Verde*, de 12 de novembro de 1994.

⁸⁸⁵ Cf. Relatórios e contas da RDP de 1997 e 2000.

⁸⁸⁶ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2000, p. 111.

⁸⁸⁷ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1997.

programação, agora com 17 horas diárias, era transmitida em FM para Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe. O canal não chegou a Angola porque a legislação local não permitiu a transmissão em FM dentro do país⁸⁸⁸. A audição em Portugal estava dependente da disponibilidade de frequências. Em janeiro de 1997 começa a transmitir para Lisboa. Mais tarde seria a vez de Coimbra e de Faro. Por satélite também chegará, mais tarde, a Angola.

Em 2000, a RDP África tinha já uma programação de 20 horas diárias, nas quais se incluíam 15 espaços de informação. Estava a investir na melhoria das suas condições técnicas no continente africano e tinha uma rede de correspondentes em todos os PALOP. A sua programação, que funcionava como ponto de contacto entre o geograficamente disperso auditório, acompanhava os principais acontecimentos políticos e culturais da Comunidade e dava particular atenção ao desporto, que se havia tornado num dos momentos mais apreciados da programação⁸⁸⁹.

c / Os projetos especiais

Os anos 90 viram a RDP envolver-se em projetos de rádio especiais. Um deles foi na Bósnia, e consistiu numa ação conjunta entre a RDP Internacional e a Antena 1, que teve início em 12 de fevereiro de 1996. O projeto, que havia começado com a instalação em Sarajevo de uma delegação, consistiu numa primeira montagem de emissores de FM, que permitiam às tropas portuguesas envolvidas no processo de paz, a escuta das emissões da Antena 1. Depois foi produzido um programa diário com 15 minutos, destinado aos militares e respetivas famílias⁸⁹⁰. Em 1999, seria a vez do Kosovo. A Antena 1, de novo em articulação com a RDP Internacional, transmitia para esta região, em FM, numa operação de apoio aos militares presentes nas forças internacionais⁸⁹¹.

Entretanto, já no início de 1994, a RDP tinha começado a transmitir o programa “Timor Loro Sae” para Timor Leste. O programa, que era falado em tétum e em português, era transmitido em OC e sofria interferências provocadas pela Indonésia. Depois de 1999, a RDP investe nas suas emissões para Timor e passa a transmitir sem interrupções para a região. Tratava-se de uma mudança de atitude impulsionada pelas alterações políticas em curso na região.

Como as condições de receção em Timor não eram as melhores, inicialmente, a RDP aluga um emissor de OC em Taiwan, para permitir uma melhor cobertura de Díli. Mas, a sua estratégia altera-se e, em

⁸⁸⁸ Cf. Portugal nas ondas de África. Diário de Notícias, de 1 de abril de 1996.

⁸⁸⁹ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2000.

⁸⁹⁰ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1996.

⁸⁹¹ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2000.

2000, a RDP passa a alugar e a usar 21 horas de emissão semanal na Rádio Timor Kmanek⁸⁹². Nesse mesmo ano, começa a instalar emissores de FM no território timorense. A Antena 1 (que tinha um programa semanal de contacto entre Portugal e Timor) pôde, então, ser ouvida no novo país e, assim, acompanhar o que se passava no território. Estas ações foram acompanhadas de várias campanhas de solidariedade e apoio⁸⁹³.

Um dos projetos mais relevantes da década foi, sem dúvida, a Rádio Expo. Durante seis meses a RDP colocou no ar uma rádio especialmente montada para acompanhar a Expo 98, em Lisboa. O projeto era completamente digital e transmitiu em FM, OM, DAB e Real Audio na internet. As emissões eram contínuas, 24 horas por dia, e contavam com uma equipa especialmente contratada e formada durante cinco semanas para o efeito. A Rádio Expo falou aos milhões de visitantes da exposição de Lisboa em português, inglês, espanhol, francês e alemão. O seu papel foi, sobretudo, de serviço, atenta ao trânsito, fornecendo informações sobre a exposição, a meteorologia, a agenda cultural da capital e relatando as notícias internacionais. Funcionou como laboratório para futuras opções da RDP, uma vez que o seu funcionamento foi integralmente digital⁸⁹⁴.

Foi a entrada oficial de Portugal na era do DAB. O projeto teve o patrocínio de entidades privadas. E foi assim que três automóveis equipados com os primeiros recetores de DAB demonstraram aos visitantes as potencialidades do sistema.

⁸⁹² Cf. Emissora católica da capital timorense.

⁸⁹³ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2000.

⁸⁹⁴ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 1998.

VII | A RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Depois da sua existência num modelo fragmentado (Mooney, 2004), a rádio pública será absorvida pela reestruturação do sector audiovisual público, espoletada pela grave situação financeira da televisão. A RDP, cuja evolução foi objeto do capítulo anterior, irá desaparecer enquanto concessionária do SP de rádio, sendo substituída pela RTP, um operador integrado (Mooney, 2004) que reflete uma nova política em relação ao SP. É o momento da implementação em Portugal do conceito de MSP.

VII.1 | A APROXIMAÇÃO DOS MEDIA PÚBLICOS

VII.1.1 | A *HOLDING*: UMA IDEIA ANTIGA

A rádio pública termina o ano de 2000 com um resultado líquido próximo do milhão de contos⁸⁹⁵. Está no Kosovo, com as tropas portuguesas, no Campeonato Europeu de Futebol e a celebrar os 500 anos do Brasil. A Antena 1 coloca-se ao lado dos povos timorense e moçambicano, em duas campanhas de solidariedade. A RDP havia-se assumido como “rádio de causas”⁸⁹⁶. A grande bandeira da estação continua a ser o “Programa da Manhã”, conduzido por Francisco Sena Santos.

A rádio pública havia, entretanto, mudado consideravelmente. Tinha agora cerca de mil funcionários⁸⁹⁷. Em cerca de 15 anos o seu quadro havia emagrecido para menos de metade, tal como já foi descrito. A RDP tinha agora uma boa imagem junto do público⁸⁹⁸, como explicaremos adiante.

O governo considerava parcialmente preocupante a situação dos *media* públicos. Reconhecia o equilíbrio conseguido na gestão da RDP⁸⁹⁹ e assumia o bom caminho entretanto trilhado pela agência

⁸⁹⁵ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2000.

⁸⁹⁶ Isso era visível nas campanhas que levava a cabo, nomeadamente aquando do desastre natural nos Açores, em 1998, ou nas campanhas dedicadas a Timor, Moçambique, ou mesmo no acompanhamento das tropas portuguesas na região dos Balcãs.

⁸⁹⁷ Em 2000 teria 1037 trabalhadores.

⁸⁹⁸ Nesta altura, a administração da RDP era muito crítica em relação à forma como os estudos de audiência eram conduzidos. António Ribeiro, diretor do Gabinete de Estudos e Relações Exteriores da RDP defendia que “A pulverização do espaço radiofónico e os muitos interesses em jogo têm criado legítimas dúvidas sobre os resultados divulgados em certas sondagens de audiência que recorrem a metodologias pouco fiáveis e a amostras reduzidas e que depois dão origem a artigos e comentários de imprensa que aumentam as distorções junto da opinião pública e transmitem a ideia de que a RDP tem quebras de audiência ou má imagem” (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2000, p. 100). Por isso, a RDP acabou por sair do Bareme e começou a encomendar os seus próprios estudos (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2002). O estudo efetuado em 2000, concluiu que a RDP gozava de uma boa ou razoável imagem junto dos inquiridos e que a soma dessas duas opiniões era superior a 99,1 por cento (cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2000). A rádio pública só voltaria a integrar o Bareme Rádio da Marktest na sua nova fase, a partir de 2002.

de notícias Lusa. Por isso, a prioridade do executivo era a RTP, que vivia uma situação financeira complicada⁹⁰⁰. De facto, o Observatório Europeu do Audiovisual classificava a RTP como a situação mais complicada ao nível financeiro de entre as televisões públicas europeias. As perdas eram significativas, o que se explicava pela ausência da taxa e pelo investimento no digital. Aliás, a tendência global de deterioração das condições financeiras dos operadores televisivos públicos europeus devia-se, à transição para o digital, num mercado crescentemente competitivo⁹⁰¹.

A margem de lucro da RTP era, em 2000, de -30,16%. Em 1997 havia sido de - 65,6%⁹⁰². Uma comparação com outros canais permite ler estes números de forma mais eficaz. Em 2000, a RTVE, que surgia imediatamente antes da RTP nesta lista de empresas deficitárias, tinha uma margem de lucro negativo de -14,43%⁹⁰³. Quanto ao desempenho ao nível das audiências, embora a RTP claramente não liderasse, a sua quota podia ser enquadrada dentro do que era expectável num mercado misto (Picard, 2001).

É neste contexto que, em 2000, é criada a Portugal Global (PG), uma *holding* sob a forma de sociedade de gestão de participações sociais (SGPS), para gerir as participações do Estado em empresas de comunicação social⁹⁰⁴. Mas, se recuarmos alguns anos, percebemos que a aproximação entre as empresas começa ainda na primeira metade dos anos 90. De facto, apesar de nada constar no programa de governo do PSD, durante a administração de Arlindo de Carvalho, chegou a considerar-se que a junção das empresas podia ser possível até ao final da década⁹⁰⁵. Na altura foram assinados acordos de colaboração entre os dois operadores públicos⁹⁰⁶. Dois anos depois, em 1996 é criado, formalmente, um grupo de trabalho entre a RDP, a RTP e a LUSA para estudar possíveis sinergias entre as empresas⁹⁰⁷.

⁸⁹⁹ A RDP vinha acumulando sucessivos resultados líquidos positivos. Os anos da administração liderada por José Manuel Nunes acumularam resultados positivos, em média, de um milhão de contos por ano, o que permitiu, apesar dos enormes investimentos técnicos e de estagnação (desde 1998) do valor da taxa, atingir a estabilidade financeira.

⁹⁰⁰ Cf. *Programa do XIV Governo Constitucional* [online]. [Acedido em 20 de maio de 2010]. Disponível em: <http://www.portais.gov.pt/NR/rdonlyres/4E506698-0E06-4939-8385-CFB57796A1E0/0/GC14.pdf>.

⁹⁰¹ CF. EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. 2002. *The Financial Situation of Public Radio-Television Companies in Europe is Deteriorating* [online]. [Acedido em 29 de abril de 2009] Disponível em: www.obs.coe.int/about/oea/pr/service_public.html.en.

⁹⁰² Cf. EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. 2002. *The Deficit in the European Television Sector Has Been Growing Since 1998* [online]. [Acedido em 9 de abril de 2010]. Disponível em: <http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/deficit.html.en?print>.

⁹⁰³ Cf. EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. 2002. *The Deficit in the European Television Sector Has Been Growing Since 1998* [online]. [Acedido em 9 de abril de 2010]. Disponível em: <http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/deficit.html.en?print>.

⁹⁰⁴ Cf. Decreto-Lei n.º82/2000, de 11 de maio.

⁹⁰⁵ Cf. Fusão RTP/RDP só no fim do século. *Semanário*, 12 de fevereiro de 1994.

⁹⁰⁶ Num dos casos, eram definidas formas de mobilidade de funcionários e reciprocidade de promoção (cf. RTP e RDP 'juntam-se'. *Expresso*, de 19 de março de 1994); noutra, também assinado em 1994, as empresas estabeleciam colaborações na cobertura informativa, sobretudo no estrangeiro, na formação e ao nível técnico (cf. Mais perto na informação. *Diário de Notícias*, de 8 de setembro de 1994).

⁹⁰⁷ Cf. Ordem de serviço série A n.º19/96, de 21 de fevereiro.

Em 2000 é, então, criada a PG. À frente da *holding* ficaria o presidente da RTP, João Carlos Silva, o que resultou numa convivência, por vezes, pouco pacífica com a RDP e a LUSA (Carvalho, 2002). O objetivo da tutela era reestruturar as empresas, sobretudo a financeiramente problemática RTP, e gerar sinergias entre as empresas. No entanto, as empresas mantiveram, convenientemente, a sua autonomia e identidade e, dessa forma, mantiveram uma coabitação tolerável (Carvalho, 2002).

VII.1.2 | AS NOVAS ADMINISTRAÇÕES: O BRAÇO DE FERRO

Em 2002 o governo socialista liderado por António Guterres demite-se e, após eleições, Durão Barroso, toma posse como Primeiro ministro de um governo PSD/PP. O ministro da Presidência, Nuno Morais Sarmento, fica com a tutela da comunicação social.

O olhar da tutela sobre os *media* públicos muda radicalmente. Ao contrário do executivo de António Guterres, a atitude do novo governo de coligação revela uma clara vontade de reformar imediatamente o sector. O programa do novo governo⁹⁰⁸ (à imagem do que havia sido apregoado durante a campanha) era muito explícito no diagnóstico da situação. Tratava-se de “uma das mais graves crises do sector dos media” participados pelo Estado. O objetivo era redimensionar e reestruturar esses meios de comunicação e aperfeiçoar a legislação. O documento centrava-se no SPRT, acentuando a necessidade de o redefinir e reorientar. Identificava, tal como havia sido feito pelo governo anterior, a urgência de resolver a complicada situação financeira da RTP⁹⁰⁹, no entanto, as intenções agora iam muito mais longe. Em relação à rádio, o louvor feito pelo anterior executivo não tinha agora eco nos novos planos da tutela. As referências textuais à rádio apesar de serem em menor número, são de grande impacto:

“reorganização da estrutura da empresa de forma a ajustá-la às funções específicas de um serviço público de radiodifusão, combatendo o desperdício; (...) concentração da sua atividade num canal generalista (RDP 1) e na RDP Internacional; (...) rentabilização (...) dos activos da empresa, alienando a Antena 3 e avaliando um novo modelo para a Antena 2; (...) aplicação das receitas geradas com as operações atrás referidas na reestruturação do sector

⁹⁰⁸ Cf. *Programa do XV Governo Constitucional* [online]. [Acedido em 20 de abril de 2010]. Disponível em: http://www.portugal.gov.pt/pt/GC15/Governo/ProgramaGoverno/Pages/programa_p022.aspx.

⁹⁰⁹ Como já referimos, a situação da RTP tinha-se tornado, nos últimos anos, bastante debilitada, sobretudo com a abolição da taxa, mas, também devido à venda da rede retransmissora à Portugal Telecom. O passivo da televisão estava nesta altura próximo dos dois mil milhões de euros (cf. O buraco negro da RTP. *Público*, de 06 de abril de 2002 [online]. [Acedido em 05 de abril de 2008]. Disponível em: <http://jornal.publico.pt/2002/04/06/Destaque/X02CX05.html>). A venda da rede foi penalizadora das finanças da RTP, porque a televisão vendeu os emissores e teve de, posteriormente, alugá-los, o que, ao fim de três anos, era já causador de prejuízo (Barata-Feyo, 2002).

audiovisual do Estado; (...) valorização e dignificação do importante papel da RDP no espaço nacional, no espaço lusófono e nas Comunidades Portuguesas”.

Neste processo de reestruturação que agora se iniciava, o anúncio da extinção da PG era apenas uma pequena parte e, porventura, a que menos consequências traria para os dois operadores. Na verdade, nem tudo o que estava no programa do Governo virá a ser feito. Porém, a mudança na rádio pública estava iniciada. A RDP iria transformar-se profundamente, muito embora o motor de toda a mudança fosse, claramente, a televisão pública⁹¹⁰. Note-se que João Carlos Silva, que tinha experiência de gestão financeira no Estado, ainda chegou a apresentar um projeto de reestruturação da empresa, mas tal não chegou a ser implementado pela tutela⁹¹¹.

Os trabalhadores da RDP e da RTP unem-se contra as anunciadas intenções do governo⁹¹². Tem início uma campanha conjunta⁹¹³. Os trabalhadores da RTP tentam explicar à opinião pública os motivos da grave situação económica da empresa, nomeadamente, o fim da taxa, o desaparecimento da publicidade no segundo canal e a diminuição no primeiro, a venda da rede de emissão e o seu posterior aluguer, assim como o atraso no pagamento das indemnizações compensatórias. Por seu turno, os funcionários da RDP refutavam qualquer suspeita sobre a gestão da rádio pública, uma vez que, desde 1994, os resultados líquidos eram positivos (o que acontecia já sem qualquer subsídio estatal), e que a empresa conseguira diminuir o seu quadro sem custos sociais, estando agora abaixo dos mil trabalhadores⁹¹⁴. Ao mesmo tempo, argumentavam, a RDP cumpria plenamente o contrato de serviço público. Na verdade, a argumentação da tutela não contrariava diretamente estes indicadores, mas tinha uma perspetiva distinta: os lucros na RDP eram inaceitáveis, uma vez que provinham de dinheiros públicos, as congéneres europeias da RDP tinham muito menos funcionários, e a relação entre os custos e as audiências obtidas era exagerada⁹¹⁵.

⁹¹⁰ O novo Primeiro ministro desvaneceu quaisquer dúvidas quando afirmou, relativamente à RTP, que não havia dinheiro para tudo (cf. Não há dinheiro para tudo. *Público*, de 18 de abril de 2002 [online], [Acedido em 23 de maio de 2010]. Disponível em: <http://jornal.publico.pt/2002/04/18/Destaque/X10.html>). Assim, a RTP tinha de ser mudada porque, como explicava o ministro da tutela, Nuno Morais Sarmiento, a televisão tinha dívidas à banca e aos fornecedores, bem como prejuízos acumulados; o seu pessoal representava um peso excessivo no seu orçamento e o número de funcionários era excessivo (mais de 2600). Além disso, havia uma elevada taxa de absentismo e salários milionários (cf. Um só canal generalista, o resto logo se vê. *Público*, de 15 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 20 de maio de 2009]. Consultado em <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=143059>).

⁹¹¹ Cf. Almerindo Marques substitui João Carlos Silva na RTP, in *Semanário Económico*, de 10 de maio de 2002.

⁹¹² Cf. RTP e RDP contra alienação de canais. *Jornal de Notícias*, de 6 de maio de 2002.

⁹¹³ Cf. Trabalhadores da RTP saíram à rua em protesto. *Público*, de 10 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 30 de maio de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=141758>.

⁹¹⁴ Como já foi descrito, em 1975, após a nacionalização, a RDP tinha cerca de 2600 trabalhadores. O emagrecimento da empresa estivera sempre na agenda das direções ao longo dos anos, apesar de algumas terem tido um papel claramente mais eficaz nessa redução.

⁹¹⁵ Cf. Custo da RDP é 'inaceitável'. *Correio da Manhã*, de 10 de outubro de 2002.

O CA da RDP havia terminado o mandato em novembro de 2001. Com a mudança de governo em curso, o conselho de opinião tinha atrasado a eleição do vice-presidente e do vogal, que lhe competia, até à entrada em funções do novo executivo, o que sucederia no início do mês seguinte. Entretanto, a administração da televisão demite-se. E as novas direções são escolhidas em Conselho de Ministros no início de maio de 2002 (altura em que é anunciada a intenção de reestruturar o sector público da comunicação até ao final de 2003). Para a presidência da RDP, da RTP e da PG é escolhido Almerindo Marques⁹¹⁶, um gestor com experiência em situações financeiras difíceis⁹¹⁷.

Com o anúncio das novas administrações, surgem muitas dúvidas. A primeira das quais era relativa à aprovação formal dos novos elencos apresentados pela tutela. É que a nomeação das administrações da rádio e da televisão não deveria ser feita dessa forma. Ela cabia à PG e teria de ser submetida aos pareceres dos CO, sendo que, no caso da RTP, esse parecer era vinculativo. No caso da RDP, o conselho poderia apenas eleger o vice-presidente e o vogal, pelo que o lugar de Almerindo Marques, neste caso, não estaria em causa.

A relação entre o governo e os CO foi clara desde o primeiro momento: no CO da RTP tinham surgido vozes contra a aprovação de um novo CA que viesse mandatado para a extinção de canais. Além disso, a complicar a situação, estava a intenção governamental de extinguir a figura do próprio conselho de opinião⁹¹⁸. Assim, ambos os CO admitiam publicamente vetar os nomes propostos, por discordarem das políticas anunciadas⁹¹⁹. Dias depois, de facto, o CO da RTP veta os nomes propostos pelo governo. A tutela avança, de imediato, tentando contornar o impasse que estava gerado⁹²⁰. O Governo entrega na Assembleia da República um projeto de lei com carácter de urgência que retira a possibilidade de o CO emitir pareceres vinculativos⁹²¹, uma vez que não caberia a um órgão desta natureza a obstrução ao programa do Governo⁹²². A estratégia resultou em acusações vindas dos mais diversos quadrantes⁹²³. A

⁹¹⁶ Os nomes indicados pela tutela para a administração da RDP eram Almerindo Marques, Luís Marques e Gonçalo Reis. A administração da PG teria, assim, de acordo com a tutela, Almerindo Marques, Jorge Ponce de Leão, Luís Marques e Armando Costa e Silva; Gonçalo Reis juntava-se a este elenco na administração da RTP. No caso da Lusa, o governo não tinha poder para avançar com qualquer decisão sozinho.

⁹¹⁷ Cf. Os novos administradores. *Diário de Notícias*, de 10 de maio de 2002.

⁹¹⁸ Cf. Marques e Marques na RTP. *O Independente*, de 10 de maio de 2002.

⁹¹⁹ Cf. Conselhos de Opinião admitem veto às políticas. *Diário de Notícias*, de 10 de maio de 2002; Conselhos de Opinião admitem chumbar nomes propostos. *Público*, de 11 de maio de 2002.

⁹²⁰ Cf. Conselho sem opinião. *O Independente*, de 17 de maio de 2002. A reunião do CO decorreu no dia 16 de maio.

⁹²¹ Note-se que esta nem sempre foi a posição do PSD no que diz respeito às competências do CO: em 1996, quando estava na oposição, o PSD defendeu que o CO da RTP deveria eleger três dos cinco membros do CA (cf. PSD defendeu, em 1996, Conselho de Opinião com largos poderes. *Público*, de 18 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 27 de maio de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=144255>).

⁹²² Cf. Governo antecipou decisão do Conselho de Opinião da RTP. *Público*, de 18 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 28 de maio de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=144253>.

⁹²³ Críticas vindas da oposição, dos trabalhadores da RTP e mesmo de dentro do PSD (cf. Oposição rejeita proposta e critica executivo. *Público*, de 20 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 1 de junho de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=144258> e Bastonário dos advogados critica mudança da Lei da Televisão. *Público*, de 20 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 1 de junho de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=144257>).

proposta de alteração à Lei da Televisão é enviada ao Tribunal Constitucional, onde acabará por ser rejeitada por não garantir a independência da RTP, consagrada na Constituição, no parágrafo 6º do seu art.º 38º.

O CO da RDP, por seu turno, queixa-se da subalternização a que fora sujeito, com a indicação pelo governo da totalidade dos cargos da administração da rádio e questiona a legalidade do processo⁹²⁴. Em resposta, a tutela envia, não os nomes, mas sim os perfis técnicos dos administradores ao CO da RDP, tal como estava previsto nos estatutos da rádio desde 1996⁹²⁵.

Efetivamente, as atribuições do CO da RDP constavam do Decreto-Lei 2/94, de acordo com a sua versão revista em 1996⁹²⁶. A nova redação do artigo 21º, trouxe um modelo diferente de eleição da administração da RDP. Se, até então, a eleição do CA competia à assembleia geral, com a nova redação dos estatutos, passou a competir ao CO⁹²⁷

"proponer ao accionista Estado, o vice-presidente e um ou dois vogais do conselho de administração, consoante este tenha três ou cinco membros, tomando em conta, para o efeito, a definição do perfil técnico profissional daqueles membros e outros dados relevantes a serem fornecidos pelo mesmo accionista, por sua própria iniciativa ou a solicitação do conselho"⁹²⁸.

O CO passava a ter um peso maior maior, cabendo-lhe "velar pelo cumprimento das obrigações da RDP, enquanto prestadora do serviço público de radiodifusão sonora"⁹²⁹. Este posicionamento do CO, entre o Estado e os cidadãos configurava um modelo de representatividade social, no qual a sociedade tinha uma maior proximidade com a gestão da rádio pública.

No meio desta turbulência, a discussão em torno das propostas do governo para a comunicação social pública, principalmente para a televisão, dominava, claramente, a agenda política e tinha enorme eco nos *media*. O debate tinha-se bipolarizado. Os partidos à esquerda do PSD juntavam-se às críticas dos

⁹²⁴ Em causa estaria uma ata com data de 9 de maio, o dia em que o Governo anunciou as suas escolhas, na qual se "refere explicitamente a renúncia de José Manuel Nunes, ao cargo de administrador da 'holding", o que não teria acontecido (cf. Legalidade de nomeações para a PG questionada no CO da RDP. *Público*, de 22 de maio de 2002.

⁹²⁵ Cf. Ministro envia aos conselheiros 'perfis' de administradores para a RDP. *Público*, de 20 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 1 de junho de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=144261>.

⁹²⁶ Cf. alterações aos artigos 21.º e 22.º, publicadas no Diário da República, III série, nº166, de 19 de julho de 1996, p. 12565.

⁹²⁷ Quando esta alteração foi publicada, o CA, na altura presidido por José Manuel Nunes, apresentou a demissão. Foi depois eleito pelo CO para dois mandatos.

⁹²⁸ Cf. Art.º 21º, número 1, alínea b.

⁹²⁹ Cf. Art.º 21º, número 1, alínea a.

trabalhadores⁹³⁰. O governo justificava as suas medidas, principalmente as relativas à televisão, não só por motivos económico-financeiros, mas também pela necessidade de moralização⁹³¹. As manifestações de trabalhadores contavam com a participação de figuras públicas do meio artístico e político⁹³². O governo era acusado de aproximação aos interesses dos operadores privados⁹³³ e de atentar contra o serviço público⁹³⁴. O calendário da tutela era ambicioso: a RTP, tal como existia à data, não teria mais de seis meses de vida e a PG seria extinta dentro de um ano e meio. No mercado, surgem, de imediato, vários interessados nas possíveis privatizações, nomeadamente a RR⁹³⁵ e a Impresa⁹³⁶.

O impasse prossegue na RTP enquanto as alterações à lei declarada inconstitucional não são aprovadas, o que acontece em julho de 2002. Ao CO da RTP é, então, retirado o poder de emitir parecer vinculativo sobre a administração da televisão. O problema que havia estado na origem da inconstitucionalidade da lei é resolvido, ao conceder o poder de veto à Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS), embora apenas no que diz respeito aos diretores de informação e programação⁹³⁷. O CA passava a ser da exclusiva responsabilidade do Estado. Ora, com a lei alterada, a administração da RTP entra em funções a 22 de julho, mais de dois meses após o anúncio dos nomes.

Na RDP o novo CA não entrava em funções enquanto não estivesse completo. Em causa estava a aprovação dos dois nomes que acompanhariam Almerindo Marques na administração da rádio pública. Para que a situação se resolvesse, foi necessário encontrar um consenso entre o Estado e o CO. Essa cedência consistiu na nomeação, em outubro, do vogal, Ferro de Carvalho, que transitava da anterior administração, em detrimento de Gonçalo Reis. O nome de Luís Marques é várias vezes chumbado para o lugar de vice-presidente⁹³⁸, sendo aprovado apenas numa segunda reunião⁹³⁹.

O braço de ferro entre os CO e a tutela dura cinco meses. Só em outubro as administrações da rádio e da televisão estão simultaneamente completas e a trabalhar. Pelo meio, fica uma alteração à Lei da Televisão e uma alteração de consenso no elenco administrativo da rádio.

⁹³⁰ Cf. Governo quer 'acabar com o serviço público'. *Diário de Notícias*, de 10 de maio de 2002.

⁹³¹ Cf. Acabar com o que é 'imoral'. *Diário de Notícias*, de 12 de maio de 2002.

⁹³² Cf. Protestos de trabalhadores da RTP alastram ao Porto e aos Açores. *Público*, de 11 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 30 de maio de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=142716>.

⁹³³ Cf. PSD está a entrar no 'telenegócio', acusa José Sócrates. *Público*, de 9 de maio de 2002, [online]. [Acedido em 30 de maio de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=141762>.

⁹³⁴ Cf. Governo quer 'acabar com o serviço público' *Diário de Notícias*, de 10 de maio de 2002; Governo pôs em marcha plano para reformar RTP. *Público*, de 10 de maio de 2002.

⁹³⁵ Cf. Renascença interessada na RTP2 e em frequências da RDP. *Público*, de 11 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 30 de maio de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=142707>.

⁹³⁶ Balsemão interessado em comprar a Antena 3. *Público*, de 16 de maio de 2002 [online]. [Acedido em 30 de maio de 2009]. Disponível em: <http://dossiers.publico.clix.pt/noticia.aspx?idCanal=659eid=143340>.

⁹³⁷ Cf. Lei n.º 18-A/2002, de 18 de julho.

⁹³⁸ Cf. RDP já tem vogal, vice-presidente só na próxima semana. *Público*, de 2 de outubro de 2002.

⁹³⁹ Cf. RDP completa nova administração. *Diário Económico*, de 9 de outubro de 2002.

VII.2 | A REESTRUTURAÇÃO DO AUDIOVISUAL PÚBLICO

Vencida a resistência à entrada das novas administrações, os operadores de rádio e televisão têm agora administrações quase comuns. É iniciado o programa de reestruturação do audiovisual público definido pela tutela.

A integração dos operadores públicos começa a ser evidente. O mote é dado pela expressão “sinergia”, que surge omnipresente na narrativa política acerca do sector. Em primeiro, avançam as promoções e ações mútuas de *marketing*. Depois inicia-se a partilha de instalações em algumas delegações, num processo gradual que incluirá Coimbra, Faro, Porto e delegações internacionais, abrindo caminho para a futura partilha da sede. Nesse sentido, a administração da RTP avança com a compra de um edifício na zona de Cabo Ruivo, na capital, no qual irá albergar a nova empresa de rádio e televisão. Para consumir o negócio, terão de ser vendidas as sedes da rádio e da televisão, bem como outros edifícios da RTP⁹⁴⁰.

A reestruturação está em curso em ambas as estações, apoiada nas auditorias efectuadas por uma empresa especializada. Um dos objetivos principais é o redimensionamento, que passaria pela diminuição dos efetivos das empresas. São abertos processos de rescisões, aposentações ou pré-aposentações, primeiro na televisão e, posteriormente, na rádio. Na televisão a área informativa é imediatamente afetada pela não renovação de contratos⁹⁴¹. É um período de enorme instabilidade interna⁹⁴². Centenas de trabalhadores aderem ao plano de rescisões logo nos primeiros meses. Na RDP, na RTP e na Lusa, o total de saídas terá sido próximo de mil⁹⁴³.

Para legitimar o processo de reestruturação tinha sido criado um grupo de trabalho, composto por personalidades de vários quadrantes, independentes face ao governo, com o objetivo de refletir, sistematizar e atualizar os princípios que deviam nortear o serviço público de televisão. Em setembro de 2002, o relatório entregue pelo grupo de trabalho sublinha a importância do serviço público para a comunidade, assente em pilares como a universalidade do acesso, o reforço da identidade nacional e da inclusão social, a procura da qualidade e a gratuitidade no acesso, a independência e a gestão rigorosa⁹⁴⁴. O documento, que sustentou o plano apresentado pelo governo, aponta ainda para as vantagens da não alienação do segundo canal da televisão, que se poderia estabelecer como alternativa

⁹⁴⁰ Cf RTP compra antiga sede da Parque Expo em Cabo Ruivo. *Público*, de 22 de novembro de 2002.

⁹⁴¹ Cf. Principais medidas adoptadas na RTP. *Público*, de 22 de janeiro de 2003.

⁹⁴² Cf. Televisão e rádio estatais a caminho da fusão. *Semanário*, de 6 de dezembro de 2002.

⁹⁴³ Cf. Quase mil trabalhadores abandonam RTP, RDP e Lusa. *IOL Diário*, de 10 de abril de 2003 [online]. [Acedido em 23 de março de 2008]. Disponível em: www.iol.pt.

⁹⁴⁴ Cf. Relatório do grupo de trabalho sobre o serviço público de televisão, de setembro de 2002.

aberta à sociedade. Na sequência do relatório, antes do final do ano, a tutela termina com o ambiente de incerteza que se vive nesta fase transitória e apresenta um plano concreto de reestruturação do sector audiovisual público denominado “Novas opções para o audiovisual” (NOA).

As conclusões das NOA relativas à RDP, indicavam que, “por trás da ilusão dos resultados positivos estava uma empresa que desperdiçava dinheiro dos contribuintes e não prestava satisfatoriamente o Serviço Público a que está obrigada”. Com o decréscimo de audiências como pano de fundo, o diagnóstico apontava que:

- a programação da RDP era considerada “desajustada e ultrapassada”;
- o auditório das Antena 1 e 2 era demasiado envelhecido;
- o número de funcionários (cerca de mil) era excessivo e com uma elevada média de idades;
- a política interna de promoções era baseada na antiguidade e não no mérito⁹⁴⁵.

Porém, as NOA tinham inflexões em relação às intenções inicialmente anunciadas no programa do governo. A Antena 3, afinal, não seria vendida. Isso explicava-se, não só pelo segmento de público a que se dirigia, mas também por ser responsável por cerca de 40% da audiência da empresa. Além disso, a tutela considerava que a rádio jovem constituía um núcleo dinâmico numa empresa “cristalizada”.

O plano de reestruturação incluía a renovação orgânica da Antena 1, procurando dinamizar os seus conteúdos, trazer à antena os grandes assuntos da atualidade e os ouvintes. As mudanças na Antena 2 procurariam, sobretudo, novas formas e, conseqüentemente, novos públicos⁹⁴⁶. Toda a reestruturação da empresa tinha como objetivo reduzir os custos inerentes ao funcionamento e reduzir os níveis de investimento, que a tutela considerava elevados.

Efetivamente, o documento era, sobretudo, relativo à RTP, sobre a qual se debruçava com maior pormenor. Apesar das evidentes diferenças existentes entre as empresas, o diagnóstico relativo à televisão baseava-se, genericamente, nos mesmos pressupostos: não cumprimento da missão, ausência de estratégia e sobredimensionamento (de gastos e pessoal). A televisão tinha poucos espectadores, estava tecnicamente falida, perturbava o sector e desprezava as novas plataformas. Com as NOA, ficava decidida a manutenção, no âmbito do serviço público, do canal generalista aberto e dos canais internacionais. O segundo canal, embora mantivesse uma missão de serviço público, iria executá-la de outra forma, em estreita relação com a sociedade civil, para que o seu desenvolvimento fosse feito com base em parcerias. Previam-se, também, a autonomização das televisões nas regiões autónomas, a aposta nos canais de cabo (canal “memória” e canal “regiões”⁹⁴⁷) e nas novas plataformas. Havia,

⁹⁴⁵ Cf. PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS. 2002. Novas opções para o audiovisual [online]. [Acedido em 10 de janeiro de 2009]. Disponível em: www.ics.pt/Ficheiros/serv_pub/Neo_Op_AV.pdf.

⁹⁴⁶ Essa não era apenas a opinião do governo. Na imprensa, *opinion makers* como Eduardo Prado Coelho, consideravam que: “a RDP precisa de ser muito mais jovem em atitude e interesses, em particular na área cultural, onde cultivava muitas vezes um estilo de velório intemporal absolutamente ineficaz” (cf. A prenda de Natal. *Público*, de 19 de dezembro de 2002).

⁹⁴⁷ Aliás, a totalidade do canal por cabo NTV foi adquirida, com o objetivo de desenvolver esse projeto.

também, processos de alienação, extinção e fusão. A RTP renasceria, limpa de passivos, como uma nova empresa.

Assim, na rádio, tal como na televisão as mudanças são amplas. Tem início um processo que inclui o reenquadramento de funcionários e a redução de órgãos de estrutura. O lema da nova administração era “fazer melhor, com menos custos”⁹⁴⁸. Na televisão, em cerca de meio ano haviam sido feitas várias reestruturações, que incluíam a liquidação de serviços como a RTC, a Foco, ou a Edipim e a venda da TV Guia. As soluções adotadas tinham como meta uma forte diminuição dos custos de ambas as empresas. Em 2001, a RTP havia tido custos na ordem dos 340 milhões de euros, enquanto a RDP rondava os 60 milhões. O plano previa uma diminuição desses valores para, respetivamente, 205 e 35 milhões.

Era claro nas NOA que o caminho passaria pela fusão. Depois da junção de serviços que estava em curso, o processo seria alargado, podendo conduzir à “plena integração jurídica”⁹⁴⁹. A PG seria, então, extinta e da RTP nasceria uma nova *holding*, a Rádio e Televisão de Portugal SGPS, SA, que seria titular das participações do Estado na comunicação social: RTP – serviço público de televisão⁹⁵⁰; RDP, SA; RTP Meios de Produção; PTDP e novos operadores regionais de televisão (ilhas)⁹⁵¹.

Quanto ao financiamento da RTP, futuramente, a televisão não estaria dependente da publicidade para a sua exploração corrente⁹⁵². A diferença entre o custo de exploração da rádio e o valor obtido pela taxa seria canalizada para o novo operador de serviço público. O Estado cobriria os custos da reestruturação (incluindo a financeira), da fase transitória e de situações extraordinárias. As reações ao modelo foram imediatas. O antigo secretário de estado da comunicação social, Arons de Carvalho, mostrava-se cético e considerava a proposta “omissa em relação ao financiamento”⁹⁵³.

Uma das explicações mais frequentemente avançadas para a junção das empresas, no seio do debate que se gerou, era, precisamente, esta possibilidade de o Governo canalizar receitas da taxa de radiodifusão para a televisão. Segundo Adelino Gomes, a RDP era rigorosa na administração das receitas da taxa, investia com coerência e a sua informação havia atingido independência face ao poder político na segunda metade da década de 90; o novo governo PSD

⁹⁴⁸ Cf. *Relatório e Contas da RDP*, de 2002, pp. 5-6.

⁹⁴⁹ Cf. Cf. PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS. 2002. *Novas opções para o audiovisual* [online]. [Acedido em 10 de janeiro de 2009]. Disponível em: www.ics.pt/Ficheiros/serv_pub/Neo_Op_AV.pdf. p. 32.

⁹⁵⁰ O objetivo era que o novo operador de serviço público de televisão, que nasceria da RTP, integrasse o canal generalista, a RTP África e Internacional, os dois novos projetos no cabo, serviços multimédia, a gestão do segundo canal e a operação dos canais insulares numa fase transitória.

⁹⁵¹ Transitoriamente, a *holding* teria a seu cargo duas participações: Sport TV e EBS 2004.

⁹⁵² Na verdade, os períodos dedicados à publicidade na RTP seriam diminuídos. Essa diminuição ia ao encontro da vontade dos operadores privados. Em contrapartida, as televisões privadas forneceriam gratuitamente conteúdos para os canais internacionais de serviço público (cf. Menos receitas, mais Estado. *Diário Económico*, de 20 de dezembro de 2002).

⁹⁵³ Cf. Financiamento em aberto. *Expresso*, de 21 de dezembro de 2002.

“com incompreensível hostilidade, lançou-se numa campanha contra um alegado despesismo e passou a bater na tecla das fracas audiências (...) Não me parece abusivo concluir (...) que o móbil da intervenção governamental na RDP se chamou... taxa. Porque ela oferecia um inesperado e acessível fundo de recursos financeiros a quem necessitava de resolver o problema da RTP. O estratagema tende a criar um problema onde ele não existia, sem conseguir resolver o problema financeiro crónico da RTP”⁹⁵⁴.

O projeto do governo incluía, também, um novo modelo na regulação do sector. A dispersão da fiscalização por sete organismos havia levado a uma enorme perda de eficácia. Pretendia-se uma única autoridade independente, na qual convergissem os poderes dispersos, que pudesse ter uma ação e uma capacidade estratégica amplas, de forma a agilizar processos. A “convergência da regulação seria uma consequência natural da convergência tecnológica” (Sousa 2008: 28); aí residia a base para a extinção da AACS, que ocorrerá com a criação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)⁹⁵⁵. À ERC virá a caber, no âmbito deste novo modelo, a avaliação do cumprimento das obrigações do SP. Como vimos na primeira parte do trabalho, o cumprimento das obrigações do operador público pode, em regra, ser aferido através de uma comissão interna de controlo, da prestação de contas a uma entidade política, ou a uma entidade reguladora do sector. Em Portugal, passou a ser a ERC, a entidade reguladora, a avaliar a pluralidade político-partidária da televisão pública, bem como a informação diária da Antena 1. No caso da rádio, os dados relativos à estação pública são comparados com estações privadas e são apresentados no relatório anual da Entidade. Um procedimento comum em vários países é a existência de um relatório anual, apresentado ao parlamento, que inclui informações quantitativas detalhadas (Mendel, 2011). É o que acontece, também, em Portugal. A RTP passou a ter, para além do Relatório e Contas, de apresentar um relatório anual ao Ministério das Finanças e à tutela. Esse relatório inclui dados sobre a rádio e sobre a televisão.

VII.2.1 | A JUNÇÃO DAS EMPRESAS

O plano de reestruturação da RTP, com a designação Fenix, é apresentado no início de 2003. Esse é o ano da consolidação jurídica necessária à reestruturação do sector. Em agosto são publicadas a lei da

⁹⁵⁴ Cf. As causas da coisa radiofónica. *Público*, de 31 de dezembro de 2002.

⁹⁵⁵ Cf. Lei n.º53/2005, de 8 de novembro.

televisão⁹⁵⁶, a lei do financiamento⁹⁵⁷ e a lei que estabelece o novo modelo empresarial do sector audiovisual do estado⁹⁵⁸.

Assim, fica definido que o financiamento da nova *holding* será feito com base no Orçamento Geral do Estado e numa contribuição para o audiovisual, que sucede à taxa de radiodifusão. Com efeito, a taxa de radiodifusão não era atualizada desde 1998, quando foi fixada em 278\$00⁹⁵⁹. A contribuição para o audiovisual foi fixada em 1,60 euros mensais e tomou o lugar da taxa na fatura da eletricidade. Esta servirá para o pagamento do serviço público de rádio. E a parcela sobrança será, então, usada pelo serviço público de televisão. O resto do financiamento será feito através de indemnizações compensatórias de quatro em quatro anos. A publicidade televisiva fica afeta apenas às dívidas da empresa.

Com a extinção da PG, torna-se efetivo todo o plano de reestruturação já descrito. A RDP, SA mantém a sua existência jurídica, como entidade que explora as emissões do serviço público de rádio. A titularidade do contrato de concessão é transferida para a nova RTP SGPS, SA. Passa a existir apenas um CO, mas já sem poder de emissão de pareceres vinculativos. A Alta Autoridade para a Comunicação Social poderá vetar apenas as nomeações dos diretores de programas e informação. A administração passa, então, a ser eleita pela assembleia-geral que é composta pelos acionistas, neste caso, o Estado. A diferença entre a PG e a RTP é a capacidade que a nova *holding* tem de não se limitar à detenção das participações e de levar a cabo um papel ativo na gestão integrada das duas empresas.

Em setembro de 2003, o Estado e a RTP assinam um acordo de reestruturação financeira, que se destina a inverter a tendência financeira que marcou os últimos anos da televisão⁹⁶⁰. E as contas de 2004 marcarão já essa inversão, registando-se um *cash flow* (fluxo de caixa) operacional positivo de 4,6 milhões de euros⁹⁶¹. Este acordo, será alvo de uma investigação pela CE. No entanto, acabará por ser considerado compatível com as regras do Tratado das Comunidades Europeias, uma vez que a situação financeira da RTP se devia a subfinanciamento estatal e que a compensação era proporcional à dívida⁹⁶².

⁹⁵⁶ Cf. Lei n.º 32/2003, de 22 de agosto.

⁹⁵⁷ Cf. Lei n.º 30/2003, de 22 de agosto.

⁹⁵⁸ Cf. Lei n.º 33/2003, de 22 de agosto.

⁹⁵⁹ Cf. Portaria n.º 1278-A/97, de 30 de dezembro.

⁹⁶⁰ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2003.

⁹⁶¹ Cf. Comunicado do CA da RTP, de 28 de abril de 2005. Note-se que este indicador veio inverter a tendência de endividamento crescente que marcara os últimos 12 anos, mas as finanças da RTP eram ainda um problema por resolver.

⁹⁶² Cf. COMISSÃO EUROPEIA. 2006. *Auxílios estatais: a Comissão aprova o plano de reestruturação financeira da RTP, o organismo público de radiodifusão português* [online]. [Acedido em 03 de maio de 2009]. Consultado em: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/932&format=PDF&aged=1&language=PT&guiLanguage=pt>

O caminho em direção ao reequilíbrio da exploração operacional da empresa será firme nos anos seguintes. Em 2006 a RTP torna-se no segundo operador público europeu com menores custos de exploração *per capita*⁹⁶³.

A nova *holding* teve o seu nascimento formal no dia 1 de janeiro de 2004. E pode dizer-se que a primeira fase da reestruturação termina com a efetivação da junção entre a rádio e a televisão, nas novas instalações comuns, em Lisboa⁹⁶⁴. Cinquenta anos depois, rádio e televisão públicas voltam a partilhar uma casa⁹⁶⁵. A *holding*, da qual a rádio agora faz parte, já não tem participações em empresas deficitárias. Tem os custos, o património e a estrutura racionalizados. Pela primeira vez em vários anos de história da televisão, é invertida a tendência de subida do endividamento da empresa. No ano do Europeu de futebol em Portugal, concluem-se as reestruturações na forma e no conteúdo dos canais de serviço público, quer na rádio, quer na televisão. O segundo canal da televisão, agora denominado “a2:” está em funcionamento. Concretiza-se, também, a entrada da televisão no cabo, com os dois projetos previstos: a RTP Memória e a RTP N. Na rádio, há um grande investimento na OC. Todos os canais passam a usar a nova imagem corporativa da empresa, que investe, globalmente, no *marketing* e na promoção da imagem dos operadores públicos.

A presença da RDP e da RTP na Internet é integrada num novo portal conjunto, mantendo o domínio da televisão (rtp.pt). Esta integração identitária sob o domínio da sigla RTP, resulta, segundo José Nuno Martins na diluição da identidade da rádio⁹⁶⁶. Porém, deve sublinhar-se que, embora a RDP tivesse alguns serviços disponíveis no seu sítio anterior, nunca existiram conteúdos informativos *online*. Existiam apenas várias bases de dados e páginas para albergar conteúdos relativos a programas específicos. E, nesse sentido, o novo portal em que a rádio se inseriu tinha uma filosofia mais dinâmica e integrada⁹⁶⁷.

Em meados de 2004, com a saída do Primeiro ministro Durão Barroso, para presidir à Comissão Europeia, Pedro Santana Lopes assume a chefia do Governo. No entanto, mantém-se a tutela da comunicação e nada muda na política para os *media* públicos. Porém, em março de 2005, após as eleições que se seguiram à dissolução do Parlamento, sobe ao governo uma maioria socialista, encabeçada por José Sócrates⁹⁶⁸.

⁹⁶³ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2006.

⁹⁶⁴ Note-se que o processo de concentração na capital de todos os serviços só ficaria completo em 2006, o ano em que a televisão comemorou 50 anos, com a inauguração do recém-construído Centro de Produção de Lisboa.

⁹⁶⁵ Recorde-se que, no seu início, a empresa de televisão, até ter casa própria, esteve sediada em instalações da EN (Teves, 2007).

⁹⁶⁶ Cf. A qualidade média da RDP é superior à das rádios privada. *Jornalismo e Jornalistas*, n.º35, de Set/Out de 2008; e Provedor do ouvinte permanece em funções. *Diário de Notícias*, de 1 de maio de 2008 [online]. [Acedido em 05] Disponível em: http://dn.sapo.pt/inicio/interior.aspx?content_id=998738.

⁹⁶⁷ Cf. Conclusões do Grupo de Trabalho Multimédia RTP/RDP, documento interno da RTP datado de dezembro de 2003; arquivo da RTP.

⁹⁶⁸ A tutelar a comunicação social fica o ministro Augusto Santos Silva.

Com a legislação que, entretanto, fora aprovada, a administração não podia (salvo em casos de falta grave) ser destituída até ao termo do mandato, que só ocorreria em 2007. Assim, a cúpula da rádio e da televisão públicas mantém-se, e a fusão segue o seu caminho. Mas a mudança de governo, tem consequências para os operadores públicos. Desde logo, o processo de regionalização da rádio e da televisão nas ilhas é parado⁹⁶⁹.

Entretanto, enquanto o país assistia ao turbilhão causado pela saída de Marcelo Rebelo de Sousa da TVI, o final do ano era marcado por uma mediática demissão na direção de informação da RTP. O diretor, José Rodrigues dos Santos, afirmou-se desautorizado pela administração. A AACRS viria, posteriormente, a criticar a interferência da administração, situando este episódio no longo combate travado pela informação da estação pública, em busca da independência face ao poder político⁹⁷⁰. Na sequência dessa decisão, é nomeado Luís Marinho, como diretor de informação na televisão. Marinho era, até aí, diretor de informação e programas na RDP. Com a sua passagem para a RTP, a RDP volta a ter direcções de programas e informação separadas⁹⁷¹. Mais tarde, em 2007, após a fusão das empresas, Marinho irá assumir a direção geral da informação, na rádio e na televisão, sendo nomeados diretores executivos para cada uma das áreas. Esta adoção de uma direção conjunta radicava “na procura de uma optimização dos recursos da empresa e uma gestão e pesquisa de conteúdos centralizada, à semelhança, aliás, das alterações que têm vindo a ser introduzidas na orgânica dos operadores de serviço público noutros países, como se pode verificar, por exemplo, no modelo britânico adoptado pela BBC, bem como no modelo recentemente proposto para a reestruturação da RTVE”⁹⁷².

Em 2005 e 2006 é adotado paulatinamente um acordo colectivo de trabalho, que regula a relação com os trabalhadores da rádio e da televisão em iguais moldes. O processo de negociação e conciliação com os sindicatos é moroso, mas acaba por ser concluído. Em 2005, o grupo RTP tinha 2350 trabalhadores⁹⁷³; o número era semelhante ao dos trabalhadores da televisão em 2002, o que significava um decréscimo de cerca de mil postos de trabalho em relação ao início da reestruturação das empresas. A integração dos trabalhadores da rádio e da televisão é concluída.

Embora esbarrando com resistências iniciais, alguns trabalhadores ligados à cadeia de produção audiovisual passam a ser multitarefa, podendo relatar um evento para um canal de televisão, para a

⁹⁶⁹ Cf. Demissão do Governo congela regionalização da RTP e RDP. *Público*, de 14 de dezembro de 2004.

⁹⁷⁰ Cf. Alta-Autoridade dá razão a Rodrigues dos Santos. *Público*, de 1 de dezembro de 2004.

⁹⁷¹ João Barreiros irá dirigir a informação da rádio. Rui Pego ficará à frente dos programas, nomeando para a direção executiva da Antena 1 Ricardo Soares e Tiago Alves (que se mantinha), João Almeida para a Antena 2 e José Mariño para a Antena 3. Uma das particularidades mais relevantes desta alteração é a passagem do responsável cessante da Antena 3, Jorge Alexandre Lopes, para o desenvolvimento de novas plataformas de difusão (cf. RDP: nomeados novos responsáveis e apresentadas alterações nas grelhas. *Público*, de 27 de outubro de 2005 [online]. [Acedido em 24 de setembro de 2010]. Disponível em: http://www.publico.pt/Media/rdp-nomeados-novos-responsaveis-e-apresentadas-alteracoes-nas-grelhas_1237030).

⁹⁷² Cf. Deliberação 2/PAR-TV/2007, da Entidade Reguladora da Comunicação.

⁹⁷³ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2005.

rádio, ou, em algumas situações para a Internet. O processo de cooperação entre dois corpos profissionais anteriormente separados não foi imediato, o que é, aliás, um processo comum (Erdal, 2009)

Em 2007 é criada uma empresa única para o audiovisual público⁹⁷⁴. A RDP desaparece, mantendo-se apenas enquanto marca associada ao serviço público de rádio, nomeadamente nos canais regionais e internacionais. É o ano em que a rádio pública abandona as suas antigas instalações no Porto, para se juntar à televisão, num espaço renovado, inserido no projeto Media Parque.

Uma nova administração assume funções na RTP em janeiro de 2008⁹⁷⁵.

VII.2.2 | A REORIENTAÇÃO DAS ANTENAS DEPOIS DE 2002

Como já foi referido, o plano de intervenção traçado pelo governo implicava mexer no conteúdo e na forma das estações públicas de rádio. Recuemos um pouco no tempo para destacar que a reestruturação da empresa incluiu, embora a diferentes velocidades, alterações por vezes radicais, nas emissões dos seus canais. Com efeito, com as alterações ocorridas, sobretudo em 2003 e 2004, os portugueses passaram a ouvir uma rádio pública substancialmente diferente da que ouviam até 2002.

Inicialmente, após a mudança de administrações, a Antena 1 teve uma direção de programas transitória e só no início de 2003 contou com um novo elenco diretivo. Tratava-se de uma direção conjunta, encabeçada por Luís Marinho, que, como já referimos, incluía programas e informação, ao contrário do que existia anteriormente. A vantagem estratégica de uma direção conjunta era o reposicionamento global da estação.

Até então, o canal generalista da RDP tinha uma programação alicerçada em programas de autor que, após o espaço informativo matinal, preenchiam o dia. Além disso, tinha dois desdobramentos de emissão de segunda a sexta-feira, durante os quais decorriam, simultaneamente, quatro emissões regionais em Portugal continental. A prioridade da nova direção seria, pois, definir um conceito e reposicionar a estação, tentando rejuvenescer o seu público-alvo. Segundo Tiago Alves, subdiretor de programas da Antena 1, a programação da estação era, nessa altura, descontínua, ao longo do dia:

“ela não tinha uma horizontalidade nas 24 horas do dia e não a tinha também - mais complexo ainda, ao longo da semana; tinha algumas descontinuidades que

⁹⁷⁴ Cf. Lei n.º 8/2007, de 14 de fevereiro.

⁹⁷⁵ O CA é composto por Guilherme Costa (presidente), José Marquitos (vice-presidente), António Luís Marinho (vogal), Carla Chousal (vogal), Maria Pignatelli (vogal).

contribuíam para uma má identificação do perfil da estação (...) existia uma programação que procurava a soma de públicos muito diferentes, (...). Claramente existiam determinados programas que eram segmentados para um determinado público e que implicavam a exclusão de outros auditórios (...). Tinha uma identidade muito forte, a partir da valorização da música portuguesa ou a partir da construção de uma grelha que estava centrada na figura do autor, do realizador; isso era obviamente uma marca de identidade, mas a rádio parecia que se fazia contra ela própria, porque as mudanças eram muito drásticas, eram muito abruptas. Isso notava-se, por exemplo, à tarde [com os desdobramentos]”⁹⁷⁶.

Assim se encontrou um novo conceito para a Antena 1: “A rádio que liga Portugal”. E criou-se uma estação completamente diferente. A mudança, de acordo com Tiago Alves, assentou em dois eixos:

“a informação, que acrescentaria a notoriedade que a rádio claramente não tinha – as pessoas achavam que a informação da estação era muito institucional, era muito cinzenta, era muito desinteressante, era pouco coloquial, e aí a rádio posicionou-se num primeiro momento para tentar enfraquecer a TSF e tentar ganhar essa notoriedade; e um outro eixo fundamental é o da música – a mudança do perfil da estação é determinante para a rejuvenescer”⁹⁷⁷.

A nova grelha de programas, iniciada em setembro de 2003, elimina os programas de autor diurnos no formato que existia. Adota, ao longo do dia, uma *playlist* e empurra os programas de autor para a noite, numa tentativa de, como explica Tiago Alves,

“introduzir na rádio pública uma agilidade que ela nunca tinha tido para lidar com os acontecimentos. E ela tornou-se durante algum tempo explosiva, muito reactiva, mais até do que as televisões de informação e do que a sua concorrente de informação, a TSF”⁹⁷⁸.

⁹⁷⁶ Entrevista realizada em 7 de julho de 2009.

⁹⁷⁷ Entrevista realizada em julho de 2009. O objetivo inicial da direção era atingir um público-alvo entre os 35 e os 44 anos; mais tarde, a estação aumentaria dez anos em relação ao seu público prioritário.

⁹⁷⁸ Entrevista realizada em 7 julho de 2009.

Assim, encontrávamos uma nova Antena 1, reposicionada no sector, com uma lógica de *breaking news*, desafiando a TSF, e com uma nova grelha musical adulta contemporânea, em que a música pretendia ser uma alternativa à RC, à RFM e, mais tarde, ao Canal 1 da RR. A música alternava com pequenos formatos (menos de cinco minutos), numa dialéctica entre informação e entretenimento, conduzida por um animador.

Os desdobramentos da emissão foram imediatamente reduzidos a duas horas após o almoço e, a partir de 2005, seriam circunscritos uma única hora. O desdobramento regional tinha a denominação “Portugal em directo”, e era da responsabilidade do sector informativo, o que não acontecia antes de 2003. Essa é uma das faces mais evidentes da mudança da Antena 1, e o principal motivo de algumas críticas que lhe foram feitas. João Coelho, diretor de programas até 2002, classifica a nova Antena 1 como o resultado da “vitória’ de um sector que já connosco estava em luta, que é o sector da informação; ou seja, a informação apoderou-se do espaço de emissão do serviço público de radiodifusão”, o que resulta no empobrecimento da emissão⁹⁷⁹. De facto, a informação tinha-se tornado a aposta da direção da rádio: não só aumentou a sua presença em antena, como pôde apostar na contratação de jovens jornalistas com formação superior e dinamizar a formação interna nessa área⁹⁸⁰.

A Antena 2 estava em mudança desde o final de 2003. Novos ares corriam pela emissão e pela imagem da estação. Mas a verdadeira mudança ocorrerá apenas dois anos depois. Em meados de 2005, João Almeida substituiu João Pereira Bastos na direção da estação clássica da rádio pública. E, tal como acontecera na Antena 1, a forma da emissão vai mudar. Almeida considera que a grelha, tal como existia, era um quebra-cabeças, uma vez que

“não se coadunava com as noções de *drive in* e *drive out*. (...) O público não se pode organizar. (...) Está convencionado genericamente que o público da rádio tem um esquema de organização mental para ouvir a rádio de segunda a sexta e outro esquema ao fim-de-semana. (...). E nós organizámos a antena de acordo com esse princípio de escuta. (...) Isso não existia antes. E passou a existir essa organização em grelha no sentido de uma grelha mais compreensível, com mais hábitos, mais facilmente perceptível. O outro era um *puzzle*, mas era um *puzzle* muito homogéneo. E este, apesar de estar muito simplificado em fatias, ao mesmo tempo, tem mais diversidade, porque fomos picar outras áreas que antes não havia”⁹⁸¹.

⁹⁷⁹ Entrevista realizada em 6 de abril de 2009.

⁹⁸⁰ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2004.

⁹⁸¹ Entrevista realizada em 1 de setembro de 2009.

Com efeito, a abrangência temática da programação dilata, consideravelmente, nesta altura, passando a incluir géneros como *blues*, canção francesa, músicas do mundo, de raiz etnográfica, ou música contemporânea. Esse alargamento temático havia sido iniciado ainda em 2003, no entanto, a opção agora tomada era claramente mais abrangente e ousada.

A nova Antena 2 pretendia renovar o seu público, cuja média etária era mais elevada, mas não pretendia rejuvenescê-lo. Para captar novos ouvintes, a rádio quis mostrar outras coisas. E fê-lo. Mas isso nunca foi pacífico. O musicólogo Mário Vieira de Carvalho insurgiu-se contra a “Macdonaldização da Antena 2”⁹⁸², tornando visível uma onda de crítica à filosofia da nova grelha da estação, que vinha crescendo desde 2005. Essa onda de queixas é, também, a base de uma série de programas que o provedor do ouvinte dedicou à nova Antena 2. Num desses programas, Adelino Gomes⁹⁸³ descreve a nova estação (depois das mudanças feitas pela direção de João Almeida e Rui Pego):

“fizeram-no, em resumo, abrindo os microfones a todas as formas de arte. Das consagradas às mais vanguardistas. E também, de algum modo, às mais populares. E usando, para tanto, as linguagens e os géneros radiofónicos correntes. Nomeadamente, programas e reportagens em directo, a entrevista, o debate, a crítica. O jornalismo entrou como nunca antes na rádio clássica. Algumas vezes, até, em mangas de camisa. Esta dessacralização do templo musical em que a rádio clássica se tornara ao longo das décadas agradou a alguns. Mas desagradou a outros. (...) Esta rádio, a Antena 2, tal como está a ser feita, desagrada a uma parte importante do seu auditório. (...) vale a pena lutar por uma rádio que fale de cultura para mais públicos. Seja multiplicando a Antena 2 – criando outros canais temáticos, como faz a BBC, por exemplo. Seja, enquanto isto não for possível – e não vejo porquê, embora a decisão não dependa apenas da Administração da RTP, SA – seja, enquanto isto não for possível, conciliando na grelha de programação os diferentes interesses dos diferentes públicos a que uma antena cultural se dirige”⁹⁸⁴.

Embora a internet pudesse abrir o espaço à diversificação que Gomes sugere, é expectável que a revolução tecnológica da Antena 2 seja a mais demorada da rádio pública portuguesa, devido às características dos seus ouvintes. João Almeida ilustra a situação: “o DAB é um produto

⁹⁸² Cf. A Macdonaldização da Antena 2. *Público*, de 13 de dezembro de 2007.

⁹⁸³ Adelino Gomes sucedeu a José Nuno Martins como provedor do ouvinte, entre 2008 e 2010.

⁹⁸⁴ Cf. GOMES, A. Em nome do ouvinte, programa nº24, 2ª série. 2009. Estreado na Antena 1 em 27 de fevereiro de 2009 às 17.12 horas.

tecnologicamente evoluído, e os ouvintes da Antena 2 escrevem cartas à mão. Não escrevem emails. São pessoas cultas, mas não tecnologicamente evoluídas”⁹⁸⁵.

No caso da Antena 2, o caminho da digitalização está iniciado, porque o objetivo é interessar novos ouvintes. Mas o processo vai ser demorado e gradual, porque a maioria dos seus ouvintes ainda não personifica um *digital way of life*.

Assim, compreende-se que, para João Almeida, mais do que o desafio tecnológico, a cruzada da Antena 2 seja manter-se relevante⁹⁸⁶. A tarefa não tem sido fácil, tendo em conta as resistências que as mudanças têm encontrado em parte do auditório. E não é, ainda, possível afirmar se, de facto, novos públicos foram captados com a nova filosofia da estação.

A Antena 3 havia sofrido uma reestruturação já em 2001. Com a nova direção de Luís Montez, tinha-se reposicionado em relação ao público que pretendia atingir, respondendo às reformulações da RC e da RFM⁹⁸⁷. Por isso, a sua mudança estava já consolidada, aquando da reestruturação da empresa. A sua política de emissão passou a assentar em dois pólos: mais música portuguesa e mais música recente.

A grande mudança acontecerá apenas com a primeira grelha de José Mariño, que em 2005 havia assumido a subdireção da Antena 3. O objetivo dessa mudança era subir o alvo etário da estação, mantendo-se apelativa entre os 15 e os 24 anos, mas tentando abarcar, também o público até aos 35 anos. Tratava-se de uma opção estratégica, tendo em conta não só o envelhecimento da geração que cresceu com a Antena 3, mas também o dos profissionais da estação, como explica José Mariño:

“temos que ter em conta o próprio nível etário das pessoas que aqui trabalham, que não vão para novas...o que fazíamos com as pessoas que cá estão? (...) São essas pessoas que têm feito a Antena 3 ao longo destes 14 anos...e ter alguém já com uma idade que não se adeque ao espírito *teenager* a tentar ser *teenager* é complicado” (Monteiro, 2008:131).

O reposicionamento da rádio jovem marcou o final de um ciclo e o início de outro que, mantendo a identidade do canal e a atenção à música (de origem portuguesa e de produção recente), se pretendia mais diverso. Abriu espaço a temáticas sociais, como a formação, a educação sexual, as dependências, o ambiente, o combate à exclusão, a língua portuguesa, ou o humor, que ganhava outro espaço na

⁹⁸⁵ Entrevista realizada em 1 de setembro de 2009.

⁹⁸⁶ Entrevista realizada em 1 de setembro de 2009.

⁹⁸⁷ Cf. MONTEZ, L. 2001. Antena 3: o relançamento. *Relatório e Contas da RDP*, de 2001. pp. 114-116.

antena⁹⁸⁸. Com esta reformatação, a informação passa a estar presente de hora a hora, das 07.00 às 19.00 horas. O formato dos blocos informativos deixa de ter a leveza formal e etária que tinha até então, como é explicado por Rui Pêgo: “quero que quem ouve a Antena 3 tenha uma ligação com o mundo e com aquilo que está a acontecer no país e no mundo. Ou seja, ter como opção ouvir a Antena 3, não me desliga da realidade” (Monteiro, 2008: 144).

O canal, agora com uma matriz mais interativa, pretende dar uma resposta transversal às novas necessidades dos seus públicos, com quem interage cada vez mais, em simultâneo e em direto, na internet.

A RDP Internacional adota, em 2004, um modelo de grelha semelhante ao da Antena 1, com painéis de animadores. Inicia uma política de maior exigência cultural nos seus conteúdos. A RDP África que, em 2007, passa a ser ouvida, também, em Coimbra e em Faro, renova a grelha e reforça a vertente informativa. As estações estão juntas na nova direção de antenas internacionais, com o com o objetivo de racionalizar recursos.

Em 2004 registam-se ligeiras melhorias no desempenho das Antena 1 e 3⁹⁸⁹. Mas em 2007 e 2008 as antenas da rádio pública recuam nos seus desempenhos. A Antena 1, que tem um perfil de ouvintes com mais de 55 anos, ressentiu-se particularmente da perda do hábito de audição da rádio em casa⁹⁹⁰.

Em 2006 a rádio e a televisão públicas adotaram as figuras do provedor do ouvinte e do telespectador⁹⁹¹. Para os lugares foram nomeados, respetivamente, José Nuno Martins e Paquete de Oliveira. A nomeação para o lugar era feita pela administração, mas sujeita ao parecer vinculativo do CO. Ao provedor, cujo ação se pretende que sublinhe a credibilidade do serviço público, através de uma atuação independente e imparcial, cabe a representação e a defesa do público perante o operador. José Nuno Martins, que desempenhou a função durante dois anos, foi muito crítico em relação à situação da rádio pública. Considerou-a “dramaticamente reduzida à condição de parente pobre no seio da mesma empresa que dedica os principais recursos à área da todo poderosa televisão”; na sua opinião, o contrato de serviço público era “um documento datado, abandonado e inerte” e a sua revisão já devia ter acontecido, não fora a “indiferença política”⁹⁹².

Muitas das críticas feitas ao provedor do ouvinte até 2008 vinham no sentido de denunciar o fim da valorização do “afeto” nas emissões, “um dos mais poderosos fatores de diferenciação absoluta entre a

⁹⁸⁸ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2007.

⁹⁸⁹ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2004.

⁹⁹⁰ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2007 e 2008.

⁹⁹¹ Cf. Lei n.º2/2006, de 14 de fevereiro.

⁹⁹² Cf. “Provedor do ouvinte permanece em funções” in *Diário de Notícias* (edição online), de 1 de maio de 2008, consultada em http://dn.sapo.pt/inicio/interior.aspx?content_id=998738, em 20 de junho de 2010.

rádio privada (...) e a rádio pública"⁹⁹³, segundo José Nuno Martins. Claramente, as estações da rádio pública tinham mudado. E não só no plano da afetividade, também ao nível da originalidade, como explica Jaime Fernandes:

“há uma enorme diferença entre o que era a RDP até ao final do século XX e há uma nova RDP no século XXI. (...) Eu não digo que a rádio que a gente fazia há meia-dúzia de anos atrás era melhor do que a que se faz hoje. Era claramente diferente, era uma rádio muito mais envolvente, muito mais empenhada. Hoje, na esmagadora maioria dos casos, é uma rádio feita na hora. É quase um pronto-a-comer. Nós não temos uma rádio elaborada, com algumas exceções honrosas (...). A *playlist* veio dar, um pouco, cabo de alguma capacidade de intervenção criativa de muitos profissionais. (...) A nossa capacidade era ilimitada. (...) O limite era a nossa imaginação; hoje é precisamente o contrário, está tudo limitado a uma *playlist*”⁹⁹⁴.

José Nuno Martins tinha sido, também, muito crítico em relação ao novo modelo da Antena 2. Embora considerasse que existiu vontade de “alterar modelos, paradigmas de programação”, o excesso de impulsos da nova direção resultou na perda de público⁹⁹⁵. Porém, a situação da Antena 3 era, para o provedor dos ouvintes, mais grave, uma vez que faltava nas emissões formação cívica e uma maior adequação ao público mais jovem, que era o seu verdadeiro alvo; além disso, o seu produto não se diferenciava do de algumas estações privadas⁹⁹⁶.

VII.2.3 | AS NOVAS PLATAFORMAS

Depois da implementação do DAB, a linha de investimento tecnológico da nova rádio pública mudou claramente. A estratégia passa agora pela internet (num portal agregador) e pelas condições de transmissão da emissão internacional.

⁹⁹³ Cf. “Provedor do ouvinte permanece em funções” in Diário de Notícias (edição online), de 1 de maio de 2008, consultada em http://dn.sapo.pt/inicio/interior.aspx?content_id=998738, em 20 de junho de 2010.

⁹⁹⁴ Cf. Entrevista realizada em 15 de janeiro de 2010.

⁹⁹⁵ Cf. A qualidade média da RDP é superior à das rádios privada. *Jornalismo e Jornalistas*, n.º35, de Set/Out de 2008.

⁹⁹⁶ Cf. A qualidade média da RDP é superior à das rádios privada. *Jornalismo e Jornalistas*, n.º35, de Set/Out de 2008.

Na internet, depois da integração num único portal, foram desenvolvidas páginas de acesso direto para os vários canais e criadas as primeiras páginas para momentos e temas específicos de informação⁹⁹⁷. Há um salto considerável em 2006, no aproveitamento da *web* pela rádio pública. O número de *podcasts* disponíveis aumenta⁹⁹⁸. É implementado o serviço de RSS⁹⁹⁹ para as notícias e novidades do portal. A internet é a grande aposta da rádio pública.

Porém, a forma como a rádio tem implementado a sua presença online, levanta-nos algumas dúvidas. Com a criação desse portal comum à rádio e à televisão, desenvolveu-se um espaço com inúmeros serviços *online*. Muitos deles são herdados da RTP. Nesse portal comum existem, logo desde o seu início, publicidade, jogos e outros serviços pagos baseados em SMS, como podemos ver na imagem seguinte.



FIGURA 3 | SERVIÇOS PAGOS (SÍTIOS DA RTP, FRAME DE 29 DE SETEMBRO DE 2011).

Nesse mesmo portal, a rádio pública surge associada a publicidade, como vemos na imagem seguinte.

⁹⁹⁷ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2005.

⁹⁹⁸ Inicialmente só podem ser descarregados conteúdos com palavra, mas quase todos os programas de todas as rádios podiam ser ouvidos a pedido ou em *streaming*.

⁹⁹⁹ RSS (Really Simple Syndication) é uma forma de agregar e distribuir conteúdos pela internet, permitindo ao utilizador estar constantemente atualizado sobre o que pretende.

FIGURA 4 | PUBLICIDADE (SÍTIO DA RTP, FRAME DE 29 DE SETEMBRO DE 2011).

Porém, em Portugal, a rádio pública não tem publicidade há mais de 20 anos, como já explicámos. Aliás, a sua única fonte de financiamento advém do pagamento de uma taxa.

O Contrato de Concessão de Serviço Público de Radiodifusão, de 1999, nada refere em relação à internet, tendo referências vagas à necessidade de estar a par dos novos desenvolvimentos tecnológicos que permitam cumprir a sua função e que sejam adotados de forma genérica pelas suas congéneres europeias. Os Contratos de Serviço Público de Televisão de 2003 e 2008 também não vão além de expressões genéricas, embora o última faça referência à documentação europeia que incentiva ao desenvolvimento de novos serviços. Ainda assim, os serviços *online* não surgem como parte integrante das missões do SP de rádio e televisão. O seu enquadramento é ainda inexistente.

Entretanto, e embora esteja já fora do período temporal do nosso estudo, vale a pena referir uma outra situação: a criação, em 2011, de uma estação de rádio *online* pela RTP. Chama-se Antena 1 Fado. É uma estação que concorre diretamente com uma estação privada que oferece o mesmo tipo de conteúdo musical. Podem ambas ser ouvidas na internet, embora a estação privada, a Rádio Amália, tenha também transmissão em FM nas zonas de Lisboa e Setúbal.

Estes são dois casos que têm passado despercebidos. Porém, e apesar de a forma como a rádio pública está presente na internet poder ser inteiramente legítima, estas situações deveriam ser clarificadas, tendo em vista a credibilização do operador.

O DAB é outro assunto que aguarda clarificação. A decisão, inevitavelmente, terá de ser tomada, uma vez que a rede está instalada. A lição britânica, que mostra os bons resultados do envolvimento conjunto entre estado e mercado, pode ser um bom ponto de partida. Neste momento, o DAB só retransmite os programas do FM e a RDP Internacional. E esse é o princípio errado, tal como noutros países já se comprovou. Jorge Alexandre Lopes, diretor adjunto para os novos formatos da rádio

pública confirma que “a esmagadora maioria das pessoas só vai comprar um rádio se esse rádio lhes der coisas que elas não encontram no FM. Portanto, é nova programação que lhes pode injectar a vontade”¹⁰⁰⁰.

José Manuel Nunes, que dirigia a RDP aquando do seu investimento nesta tecnologia, considera que seria preciso um empurrão:

“No Reino Unido já se venderam mais de 10 milhões de rádios digitais e a partir deste ano [2010] os automóveis vendidos no UK têm de incorporar rádios com DAB. O DAB nasceu sem o apoio que foi dado à TDT. A rádio digital tem de seguir o exemplo da televisão digital terrestre. Em 2012 são desligadas por decreto as redes terrestres analógicas. Ponto. Sem um switch-off, um apagão obrigatório a TDT não vingaria. O mesmo se passará com o DAB. E tal como acontece no Reino Unido, os veículos automóveis vendidos em Portugal deveriam ser obrigados a incluir o DAB na sua plataforma audiovisual”¹⁰⁰¹.

A viragem na estratégia da rádio pública resultou de uma adaptação à evolução do mercado. Enquanto o operador público aguarda desenvolvimentos tecnológicos que possam ajudar a decidir a escolha de outro *standard*, as estações tiveram de avançar por outro caminho, de acordo com Jorge Alexandre Lopes:

“como nesta área há muitas indecisões e os investimentos são caros para o retorno, enquanto não houver rádios disponíveis para uma população (...), a rádio tem de tirar partido daquilo que são as plataformas a que as pessoas acedem facilmente¹⁰⁰² (...). A Internet é uma coisa essencial às pessoas que têm menos de 40 anos, como o telemóvel”¹⁰⁰³.

Em meados de 2006, são lançadas as primeiras rádios de oportunidade: a Rádio Mundial, a Rádio Mozart, e a Rádio DAKAR 2006 são os primeiros canais exclusivamente para a internet, criados para o

¹⁰⁰⁰Entrevista realizada em setembro de 2009.

¹⁰⁰¹Entrevista realizada em 31 de março de 2010.

¹⁰⁰²A aposta da rádio pública na internet compreende-se mais facilmente se ilustrarmos o crescimento do número de utilizadores em Portugal: segundo dados do World Internet Project, em 2003, os utilizadores de internet eram cerca de 29%; em 2006, aproximavam-se dos 36%; em 2008, eram cerca de 39%; e em 2010, ultrapassavam os 44% (Taborda, 2010).

¹⁰⁰³Cf. Taborda, 2010.

acompanhamento de acontecimentos específicos. No ano seguinte, seria criada uma rádio *online* apenas para acompanhar o rali de Portugal e em 2008 nasceria a primeira *webradio* estratégica: a Rádio Lusitânia (RL), cuja emissão é feita com a música portuguesa dos últimos 40 anos e inclui conteúdos das antenas de FM dentro da mesma temática. O diretor de programas de rádio da RTP, Rui Pego definia esta rádio como um “canal de proximidade”¹⁰⁰⁴ apontado às comunidades de língua portuguesa¹⁰⁰⁵.

A produção para múltiplas plataformas é adotada pela estação pública, dando corpo à ideia de COPE. Criam-se canais específicos que correspondem a necessidades e perfis perfeitamente identificados.

A RDP tem três canais nacionais que poderiam ser descritos como generalistas, dentro dos seus públicos-alvo¹⁰⁰⁶, o que esbarra com as limitações de eficácia próprias destas estações. Assim, como explica Rui Pego, uma vez que a rádio está limitada às três antenas nacionais,

“a criação de canais estratégicos tem a ver com o aumento da oferta do serviço (...) e a missão do serviço projecta-se muito para lá disso. Portanto a plataforma Web pode ser uma boa maneira de desenvolver essa oferta” (Monteiro, 2008: 145).

A segmentação *online* de conteúdos tornou-se uma das grandes linhas de ação da rádio pública na segunda metade da década passada. Em 2007, as rádios do grupo registaram mais de seis milhões de contactos *online*¹⁰⁰⁷, um aumento de 40 por cento, relativamente ao ano anterior. Só a RL registaria cerca de cem mil, apenas nos primeiros nove meses¹⁰⁰⁸. Noutro plano, a Antena 3 lança, em 2007, o projeto “Web tv”, permitindo ao cibernauta ver as emissões de rádio ao vivo.

A integração dos conteúdos tornou-se transversal nas várias plataformas e linguagens. A entrevista televisiva de Judite de Sousa pode ser descarregada em MP3 para audição, o texto do programa de Marcelo Rebelo de Sousa pode ser lido na Internet, a entrevista de Maria Flor Pedroso na Antena 1 pode ser vista em vídeo, *online*. A RTP está presente na Internet, tem vídeo e áudio *on demand*, *podcasts* e *videocasts*, IPTV, Wap e rádio online. Com o posterior lançamento na internet da Antena 1 Vida, da Rádio República e da Rádio Vivace, a rádio pública tem, em 2010, 12 canais.

¹⁰⁰⁴ Cf. RTP lança Rádio Lusitânia. *Azul – newsletter da RTP*, de maio de 2008, p. 13.

¹⁰⁰⁵ Trata-se de uma leitura atualizada do conceito de proximidade, à luz das potencialidades da internet. Isso é visível em projetos como a Rádio Euro (2008), que acompanhou o campeonato europeu de futebol, e cuja maioria dos ouvintes era oriunda de fora do país.

¹⁰⁰⁶ Jorge Alexandre Lopes em entrevista realizada em 31 de março de 2010.

¹⁰⁰⁷ Cf. RTP lança Rádio Lusitânia. *Azul – newsletter da RTP*, de maio de 2008, p. 13.

¹⁰⁰⁸ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2008.

Ao mesmo tempo, a rádio pública diversificou a sua atividade, passando a produzir canais específicos para os aviões de longo curso da TAP. As emissões foram espalhadas por novas plataformas, como é o caso do cabo; foram feitas experiências de transmissão em DVB-H e DMB, no âmbito das suas antenas nacionais. É a adoção de uma nova lógica de produção multiplataforma, que passou, também, pela instalação de uma aplicação informática global de planificação e alinhamento das emissões.

Em 2007, a rádio pública está finalmente apetrechada de acordo com este conceito, numa lógica integrada, desde a gestão da antena à própria difusão e aproveitamento dos conteúdos. Há um cruzamento constante de plataformas e conteúdos. Há conteúdos específicos para a internet, e alguns dos conteúdos que para lá migram a partir das antenas nacionais chegam a ter um tratamento adicional. É desenvolvida uma plataforma de blogues. Na internet, passam, igualmente, a estar disponíveis as narrações de alguns dos conteúdos escritos. Numa experiência particularmente interessante, a própria rede de OM da Antena 1 foi utilizada para a transmissão de episódios áudio adaptados de uma série do primeiro canal da televisão. Foi desenvolvida a emissão de áudio-descrições, um serviço destinado a espectadores com deficiências visuais.

No meio desta lógica de cruzamento de plataformas, um dos domínios que mais se destacou foi o sector do desporto. Não só desenvolveu, em 2007, uma página específica de conteúdos no portal, como lançou os relatos de jogos em exclusivo para a internet. O desporto, aliás, passou a ser um bom exemplo de intercâmbio entre a rádio e a televisão, resultando numa racionalização das operações, com partilha de recursos.

Na liderança desta política de desenvolvimento tecnológico, tem estado a televisão pública que, logo em 2006, inaugurou o serviço RTP Mobile, o primeiro serviço regular de televisão para plataformas móveis no país¹⁰⁰⁹; e que, em 2007, criou os seus canais no YouTube e no Sapo e reformulou o seu portal Wap¹⁰¹⁰. Em 2008, a RTP entrou nas redes sociais, com uma conta no Twitter.

¹⁰⁰⁹ Cf. *Relatório e Contas da RTP*, de 2006.

¹⁰¹⁰ Wireless Application Protocol, é um padrão internacional para comunicações de dados digitais sem fios.

VIII | A RDP PERANTE O MERCADO E OS PORTUGUESES

O segundo estudo que incluímos na nossa investigação pretende fornecer dados para uma melhor compreensão da evolução da rádio pública. O estudo debruça-se sobre os estudos de audiência e imagem feitos pela e ou para a RDP. As conclusões resultantes da análise dos dados são, posteriormente, articuladas com o estudo anterior, de forma a evidenciar como as diferentes fases da RDP a posicionaram perante o mercado e a sua audiência.

VIII.1 | BREVE NOTA INTRODUTÓRIA SOBRE AS AUDIÊNCIAS

A audiência¹⁰¹¹ é um conceito central na sociedade contemporânea. Porém, vale a pena referir que existem variadas aproximações a essa expressão, o que revela a sua dimensão polimórfica. Embora a palavra tenha uma raiz no ato auditivo face-a-face, o conceito passou a ser aplicado ao consumo colectivo de mensagens mediadas eletronicamente (Moore, 1993: 2). Porém, na sua raiz, há uma simultaneidade presencial entre o emissor e o recetor. Como explica McQuail (1987), essa simultaneidade terminou quando se deu uma deslocalização da audiência. Primeiro como resultado do aparecimento de leitores que consumiam individualmente os jornais ou os livros. Mais tarde, com o desenvolvimento tecnológico. Além disso, a crescente industrialização levou à concetualização da audiência como sendo possuidora de um conjunto de características identificáveis.

O cinema não tinha qualquer dificuldade em conhecer a sua audiência. A imprensa tinha acesso ao número de exemplares vendidos, apesar de não saber quantos leitores efetivos tinha ou as condições em que a leitura decorria. Mas com a rádio surgiram outros problemas (Blanch, 1998). Aumentou a desagregação que havia sido iniciada com o desenvolvimento de uma massa de leitores, e deixou de se pensar na partilha física de um espaço e de um tempo para a concetualização da audiência, cada vez mais distante do emissor (McQuail, 1987; Durand, 1993). Importava saber não só quantos eram os ouvintes da rádio, mas também onde a ouviam, a que horas o faziam e o que preferiam, sobretudo num mercado competitivo. O conceito e as formas de medição da audiência complexificaram-se.

¹⁰¹¹ É a clássica sistematização de Lasswell que pela primeira vez organiza o estudo da audiência como objeto de investigação no âmbito da comunicação (Wolf, 1987). Porém, não é nosso objetivo analisar esse campo dentro da *mass communication research*. Pretendemos, sim, contextualizar de forma breve a investigação das audiências no contexto industrial.

De facto, no âmbito da rádio, a simples contabilização de ouvintes, mesmo que fosse possível, não revelaria tudo o que interessava aos anunciantes, aos gestores e programadores. Saber mais sobre os ouvintes permitia adequar o produto aos seus perfis e aumentar a eficácia e o lucro. É precisamente, para conseguir essa eficácia que os comerciantes norte-americanos vão conduzir o estudo das audiências a um nível industrial.

O entendimento do conceito de audiência passa, pois, pela compreensão de diversos elementos que a caracterizam e que são sistematizados por Blanch (1998: 50-52). A audiência é compartimentada, isto é, formada por agrupamentos de indivíduos em determinados grupos sociais. É ampla, mas não deve ser considerada uma massa, uma vez que há comportamentos e características individuais. A audiência é anónima, embora os comunicadores conheçam as características do auditório. A audiência é heterogénea e não está perto do emissor - no espaço e, por vezes, no tempo.

Concluindo, podemos afirmar que, no âmbito do nosso trabalho, a audiência é o conjunto de indivíduos com determinadas características sociais e etárias que, durante algum período, estão em contacto com a rádio.

VIII.2 | O ESTUDO DAS AUDIÊNCIAS NA RDP

Embora datem da década de 50 os primeiros inquéritos feitos pela EN ao seu auditório (Maia, 1995), o primeiro departamento dedicado ao conhecimento da audiência criado numa rádio portuguesa surgiu em 1976, no seio da RDP¹⁰¹². O Gabinete de Estudos de Radiodifusão (GER) foi criado quarenta anos depois de a BBC ter implementado um serviço semelhante (Midões, 1996; Durand, 1998), em Inglaterra. Depois da nacionalização, a rádio pública passa pelo já descrito momento de plena confusão contabilística e organizacional. A implantação deste serviço reflete, precisamente, a necessidade de ter à disposição novos dados acerca da própria empresa. Conhecer melhor a audiência não era importante apenas para os sectores de programas e informação. Era essencial à gestão global da RDP:

“as razões que justificaram a institucionalização da pesquisa de audiência e opinião como atividades sistemáticas, conferem aos dados dos estudos de audiência a dupla missão de assegurar o feed-back da programação e, por outro lado, de constituir indicadores de gestão aos diferentes níveis da estrutura da empresa” (Midões, 1996:47).

¹⁰¹² Cf. *Ordem de Serviço Serie A*, n.º 47/76, de 12 de julho, e *Ordem de Serviço Serie A*, n.º70/76, de setembro (dia não especificado).

Era já um início tardio, uma vez que na Europa, tinha havido uma generalização destes serviços logo após a Segunda Guerra Mundial.

Devido à intensa rotação administrativa da RDP verificada entre o final dos anos 70 e meados da década seguinte, o GER viu a sua atividade limitada depois de 1978 (Midões, 1996). Mas, ainda assim, os primeiros anos do GER foram os mais ativos. Não é possível aferir quantos estudos, efetivamente, foram realizados. Mas as referências encontradas em textos indiciam que alguns se terão perdido, não existindo, atualmente, exemplares de todos esses estudos no arquivo da RTP.

Ao longo das cerca de três décadas de existência da RDP, a empresa recorreu, sobretudo, a dois tipos de estudos de audiência. Por um lado, o estudo geral da posição da empresa no mercado dos *media*, com indicadores comparativos entre as diferentes estações, que foi sendo realizado por várias empresas, tendo sido temporariamente interrompido na segunda metade da década de 90. Por outro, eram realizados estudos que se debruçavam de forma mais profunda sobre a opinião que os ouvintes tinham da imagem da RDP. Este último tipo de estudo foi realizado com uma periodicidade irregular e sem recurso a uma metodologia uniforme. Estes estudos procuravam obter dados que traduzissem a imagem que o auditório tinha das emissões e da própria RDP, comparando-a com a da sua concorrente RR. A atividade do GER incluía outros estudos, como inquéritos a realizadores, dossiês temáticos sobre variáveis específicas ou até avaliação de mercado para a implantação de novos canais, entre outros.

VIII.3 | METODOLOGIA E PERTINÊNCIA DA ANÁLISE

A compreensão da evolução da rádio pública em Portugal pode beneficiar de uma análise da sua posição no mercado radiofónico, bem como da imagem que a população dela foi construindo. Que características é que as pessoas reconheciam na rádio pública? Eram elementos clássicos do *ethos* do SP? Quais foram as consequências do abandono da publicidade e da arrumação dos canais? Estas são algumas das perguntas que pretendemos responder com esta análise. Cumulativamente, os dados recolhidos servem-nos para esboçar (embora nunca em primeiro plano) muitas das características do mercado e da própria presença da rádio no quotidiano das pessoas, durante o período de existência da RDP.

Nesse sentido, foram consultados e analisados estudos de audiência multimeios e estudos de imagem e opinião. Dos primeiros, foram escolhidos, aleatoriamente, estudos realizados de cinco em cinco anos. Para suprir a lacuna de dados, como a que existe no período em que a RDP não participou no estudo da Marktest, foram adotados os estudos disponíveis com a data mais próxima.

Apesar de não ser possível comparar estudos feitos segundo metodologias distintas, é possível utilizar e interpretar os dados indicativos, interpretando a evolução da posição da empresa no mercado e na sociedade portuguesa. Essa análise desenvolve-se paralelamente à identificação de momentos chave na evolução da rádio, quer ao nível técnico, quer da sua presença no quotidiano dos portugueses.

Existe uma coerência metodológica nos estudos gerais de meios apresentados entre 1976 e 1990, uma vez que são realizados pela mesma empresa, seguindo procedimentos semelhantes. Há ligeiras diferenças como a alteração do limite inferior da população em estudo e a duração do período de recolha de dados. Em 1990, o estudo geral de meios da Norma é descontinuado. Em 1994, a Marktest lança o Bareme Rádio. O estudo da Marktest de 1995 disponível no arquivo da RTP não tem uma ficha técnica que responda aos parâmetros metodológicos dos estudos incluídos nos anos anteriores. Dos estudos posteriores a 2000 não são apresentadas descrições metodológicas, uma vez que são omissas na fonte de consulta (anuários da Obercom). São, portanto, estabelecidas duas fases (entre 1976 e 1990 e depois de 1995), correspondentes aos estudos de audiência utilizados. Os estudos de imagem e opinião têm características diferentes entre si, pelo que a sua relação entre exige uma maior prudência. O recurso a medidas diferentes resultantes de estudos distintos é devidamente enquadrado, não sendo feita qualquer comparação entre elas.

Deve notar-se que em alguns estudos gerais, sobretudo nos primeiros após a nacionalização, os questionários incluíam várias hipóteses de resposta para um mesmo canal. Parece-nos que tal deve ser interpretado pela dificuldade de identificar canais durante um período no qual se registaram várias mudanças de nomenclatura. No estudo, as diferentes hipóteses eram, posteriormente agregadas. Embora tal procedimento permitisse a mais ouvintes identificar os canais escutados, mesmo não estando a par das suas atuais designações, parece-nos que, em determinadas situações, a exatidão das respostas poderia não ser a maior. Isso acontecia quando se permitiam hipóteses genéricas de resposta nos questionários, junto com canais específicos: Rádio Comercial, Rádio Comercial OM e Rádio Comercial FM.

Todos os gráficos e quadros deste estudo são da nossa autoria, a partir dos dados dos estudos.

VIII.3.1 | CARATERIZAÇÃO DOS ESTUDOS DE AUDIÊNCIA (ESTUDOS GERAIS)

Seguidamente, são apresentados os estudos gerais de mercado consultados no âmbito deste estudo.

1976	
Estudo / Empresa / Data	Estudo Geral de Meios, Norma, 1976
Método de observação	- Método misto: hábito/recordação da véspera;
Universo / Amostra	- Totalidade dos indivíduos com mais de 15 anos residentes em no continente, com exclusão da população isolada; - Amostra representativa do universo, com amostragem aleatória, estratificada (cruzamento da dimensão geográfica com a dimensão sociológica e com a dimensão temporal), com imputação não proporcional e com seleção polietápica; - Dimensão da amostra: 4000 entrevistas (2000 indivíduos e 2000 donas de casa) ¹⁰¹³ ;
Recolha de dados	- Entrevistas presenciais entre 1 e 28 de fevereiro de 1976
Equilíbrio da amostra	- Utilização de dois sistemas de ponderação (que tornaram a amostra representativa dos lares existentes e, posteriormente, da população com mais de 15 anos); - Total da amostra ponderada (indivíduos): 5806

QUADRO 4 | ESTUDO GERAL DE MEIOS, NORMA, 1976

¹⁰¹³ Relativamente a este estudo são usados apenas os dados relativos aos 2000 indivíduos, uma vez que se pretendem dados transversais relativamente à população.

1980	
Estudo / Empresa / Data	Estudo Geral de Meios, Norma, junho 1980
Método de observação	- Método misto: hábito/recordação da véspera;
Universo / Amostra	- Totalidade dos indivíduos com mais de 15 anos residentes em no continente, com exclusão da população isolada; - Amostra representativa do universo, com amostragem aleatória, estratificada (cruzamento da dimensão geográfica com a dimensão sociológica e com a dimensão temporal), com imputação não proporcional e com seleção polietápica; - Dimensão da amostra: 2000 entrevistas
Recolha de dados	- Entrevistas presenciais entre 16 de junho e 07 de julho de 1980;
Equilíbrio da amostra	- Utilização de dois sistemas de ponderação (que tornaram a amostra representativa dos lares existentes e, posteriormente, da população com mais de 15 anos); - Total da amostra ponderada (indivíduos): 6948

QUADRO 5 | ESTUDO GERAL DE MEIOS, NORMA, JUNHO 1980

1985	
Estudo / Empresa / Data	Estudo Geral de Meios, Norma, fevereiro 1985
Método de observação	- Método misto: hábito/recordação da véspera;
Universo / Amostra	- Totalidade dos indivíduos com mais de 12 anos residentes em no continente, com exclusão da população isolada; - Amostra representativa do universo, com amostragem aleatória, estratificada (cruzamento da dimensão geográfica com a dimensão sociológica e com a dimensão temporal), com imputação não proporcional e com seleção polietápica; - Dimensão da amostra: 4158 entrevistas
Recolha de dados	- Entrevistas presenciais entre 19 de janeiro e 4 de março de 1985;

1985 (cont.)	
Equilíbrio da amostra	<ul style="list-style-type: none"> - Utilização de dois sistemas de ponderação (que tornaram a amostra representativa dos lares existentes e, posteriormente, da população com mais de 12 anos); - Total da amostra ponderada (indivíduos): 7171

QUADRO 6 | ESTUDO GERAL DE MEIOS, NORMA, FEVEREIRO 1985

1990	
Estudo / Empresa / Data	Estudo Geral de Meios, Norma, janeiro 1990
Método de observação	- Método misto: hábito/recordação da véspera;
Universo / Amostra	<ul style="list-style-type: none"> - Totalidade dos indivíduos com mais de 12 anos residentes em no continente, com exclusão da população isolada; - Amostra representativa do universo, com amostragem aleatória, estratificada (cruzamento da dimensão geográfica com a dimensão sociológica e com a dimensão temporal), com imputação não proporcional e com seleção polietápica; - Dimensão da amostra: 4176 entrevistas
Recolha de dados	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas presenciais em três fases: a) 05 a 30 de novembro de 1989 b) 08 a 30 de dezembro de 1989 c) 11 a 29 de janeiro de 1990
Equilíbrio da amostra	<ul style="list-style-type: none"> - Utilização de dois sistemas de ponderação (que tornaram a amostra representativa dos lares existentes e, posteriormente, da população com mais de 12 anos); - Total da amostra ponderada (indivíduos): 7987

QUADRO 7 | ESTUDO GERAL DE MEIOS, NORMA, JANEIRO 1990

1995	
Estudo / Empresa / Data	Estudo Bareme Rádio, Marktest, 4º trimestre 1995
Método de observação	
Universo / Amostra	- Totalidade dos indivíduos com 15 ou mais anos residentes em no continente. - Amostra representativa do universo.
Recolha de dados	- Entrevistas telefónicas realizadas entre 10 de outubro e 15 de dezembro de 1995.
Equilíbrio da amostra	

QUADRO 8 | ESTUDO BAREME RÁDIO, MARKTEST, 4º TRIMESTRE 1995

VIII.3.2 | CARATERIZAÇÃO DOS ESTUDOS DE IMAGEM

Seguidamente, são descritas as características principais dos estudos de imagem consultados.

1976	
Estudo / Empresa / Data	“Opinião e efeitos – análise de um conjunto de programas experimentais produzidos por equipas de realização da RDP”, RDP, 1976;
Universo / Amostra	- Amostra sintoma, a partir de ouvintes habituais de rádio da Grande Lisboa; - 181 indivíduos
Recolha de dados	- Diferenciador semântico; entrevista em ambiente laboratorial, com escalas bipolares entre julho e outubro de 1976.

QUADRO 9 | “OPINIÃO E EFEITOS – ANÁLISE DE UM CONJUNTO DE PROGRAMAS EXPERIMENTAIS PRODUZIDOS POR EQUIPAS DE REALIZAÇÃO DA RDP”, RDP, 1976

1977	
Estudo / Empresa / Data	“Estudo de Audiência e opinião”, Norma, 1977.
Universo / Amostra	<ul style="list-style-type: none"> - Indivíduos com mais de 15 anos residentes em localidades com mais de cinco habitantes no continente e nas ilhas; - Amostra representativa da população em estudo; amostragem aleatória, estratificada, com imputação óptima e com seleção polietápica; - 5236 entrevistas válidas no continente; 1037 entrevistas nos Açores e 681 na Madeira, realizadas entre março e abril de 1977. - Amostra com ponderação (continente):5805

QUADRO 10| “ESTUDO DE AUDIÊNCIA E OPINIÃO”, NORMA, 1977

1979	
Estudo / Empresa / Data	“A imagem da RDP, dos seus canais e da concorrência”, RDP, 1979;
Universo / Amostra	- Amostra composta por 860 ouvintes habituais de rádio;
Recolha de dados	- Grau de identificação com lista de frases apresentadas em entrevistas realizadas em julho de 1979.

QUADRO 11| “A IMAGEM DA RDP, DOS SEUS CANAIS E DA CONCORRÊNCIA”, RDP, 1979

1981	
Estudo / Empresa / Data	“Opinião sobre a RDP e a sua programação”, estudo multiclientes, Teor, 1981;
Universo / Amostra	<ul style="list-style-type: none"> - Totalidade dos indivíduos com 15 ou mais anos residentes em no continente, em localidades com cinco ou mais habitantes; - Amostra aleatória, estratificada (dimensão geográfica e dimensão sociológica), com imputação óptima e não proporcional e com seleção polietápica; - Dimensão da amostra: 2000 entrevistas

1981 (cont.)	
Recolha de dados	- Entrevistas presenciais com questionário entre 8 de maio e 17 de junho de 1981;
Equilíbrio da amostra	- Amostra ponderada;

QUADRO 12 | “OPINIÃO SOBRE A RDP E A SUA PROGRAMAÇÃO”, ESTUDO MULTICLIENTES, TEOR, 1981

1986	
Estudo / Empresa / Data	“Estudo de audiência e opinião na região da grande Lisboa”, estudo multiclientes, Norma/RDP, 1986;
Universo / Amostra	- População com mais de 12 anos residente em localidades da grande Lisboa, com dez ou mais fogos; - Amostragem aleatória, estratificada (habitat), proporcional e de seleção polietápica; - 600 entrevistas;
Recolha de dados	- Entrevistas presenciais com questionário efectuadas no dia 18 de setembro ¹⁰¹⁴ ;
Equilíbrio da amostra	- Amostra representativa do universo após ponderação (ao nível do estrato); - amostra após ponderação: 1873

QUADRO 13 | “ESTUDO DE AUDIÊNCIA E OPINIÃO NA REGIÃO DA GRANDE LISBOA”, ESTUDO MULTICLIENTES, NORMA/RDP, 1986

¹⁰¹⁴ Este estudo tinha a particularidade de pretender conhecer as consequências resultantes da transmissão especial de um jogo de futebol no dia anterior. No entanto, o seu âmbito foi alargado para recolher dados de apoio à gestão dos programas (cf. Estudo de audiência e opinião na Grande Lisboa, 1996, dossier II; arquivo da RTP).

1989	
Estudo / Empresa / Data	“Estudo da imagem institucional da RDP/EP”, CEMASE, 1989
Universo / Amostra	<ul style="list-style-type: none"> - Segmento do público em geral: população com mais de 14 anos residente no continente em localidades com mais de 500 habitantes - Amostra: 1000 indivíduos; Amostra representativa para o respectivo segmento; - Segmento dos líderes de opinião ou VIP's da Grande Lisboa e Grande Porto; - Amostra (50 indivíduos) - Amostra aleatória e estratificada (geografia), com imputação proporcional e seleção polietápica
Recolha de dados	- Entrevistas presenciais com questionário efectuadas entre 5 e 17 de julho e entre 19 de julho e 16 de agosto de 1989.

QUADRO 14 | “ESTUDO DA IMAGEM INSTITUCIONAL DA RDP/EP”, CEMASE, 1989

1992	
Estudo / Empresa / Data	“Estudo de imagem de comunicação social”, Quantum, 1993 ¹⁰¹⁵
Universo / Amostra	<ul style="list-style-type: none"> - Segmento do público em geral: população entre os 15 e os 65 anos, residente no continente - Amostra: 1000 indivíduos; - Segmento VIP's: líderes de opinião residentes no continente; - Amostra: 83 indivíduos; - Amostra estratificada por estágios sucessivos;
Recolha de dados	- Entrevistas presenciais realizadas em setembro de 1992

QUADRO 15 | “ESTUDO DE IMAGEM DE COMUNICAÇÃO SOCIAL”, QUANTUM, 1993

¹⁰¹⁵ Embora se trate de um estudo multimeios, o tipo de respostas que inclui leva-nos a enquadrá-lo nos estudos de imagem.

2000	
Estudo / Empresa / Data	“Estudo de opinião”, Eurosondagem, 2000
Universo / Amostra	- Amostra: 2025 indivíduos com 15 ou mais anos;
Recolha de dados	- Entrevistas presenciais realizadas em setembro de 1992

QUADRO 16 | “ESTUDO DE OPINIÃO”, EUROSONDAGEM, 2000

A totalidade dos estudos de audiência realizados pela e para a RDP não chegou à atualidade, como já referimos. Limitações de espaço e uma mudança de instalações podem justificar as falhas verificadas no arquivo da rádio e televisão públicas. No mesmo sentido, os estudos existentes nem sempre contêm todos os elementos desejados para uma boa e uniforme descrição metodológica. Essas razões justificam as discrepâncias na catalogação e descrição dos estudos que apresentámos. É, porém, nossa convicção que tal não prejudica o rigor na análise dos dados e na apresentação das conclusões.

VIII.4 | POSIÇÃO NO MERCADO

Após a nacionalização, a RDP tem uma posição claramente dominante no mercado. Os seus quatro canais eram ouvidos por 23,7% da amostra em 1976, o que representava uma enorme diferença face ao desempenho da RR. Nos anos seguintes, a RR foi melhorando a sua posição no mercado. Note-se a importância da inauguração da RFM, em 1987. O outro canal da Renascença tornar-se-á líder em Portugal. A estação pública foi perdendo terreno para a emissora católica. Com o aparecimento das rádios locais e a fragmentação do mercado associadas à crise da RC, em vésperas da sua alienação, a RDP perde mesmo a posição dominante no mercado, o que é já visível em 1990¹⁰¹⁶, como podemos confirmar na figura 5.

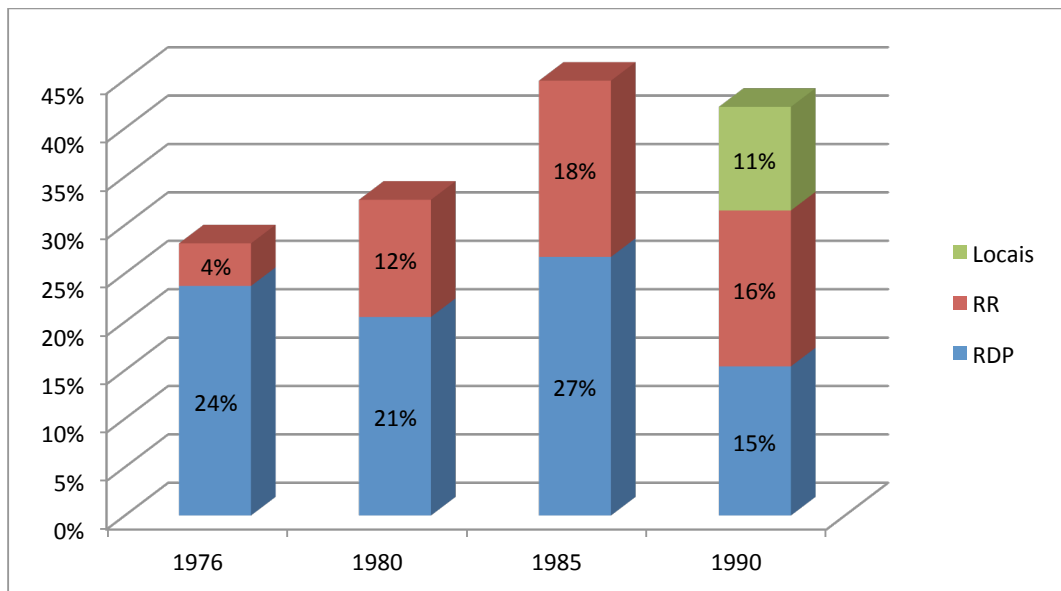


FIGURA 5 | EVOLUÇÃO AUDIÊNCIA NA VÉSPERA

¹⁰¹⁶ Os dados referentes ao gráfico referem a percentagem de ouvintes das rádios na véspera em relação ao total da amostra ponderada.

Como podemos observar no gráfico seguinte (figura 6), após a nacionalização, o Programa 1, o canal generalista herdeiro da EN, tem o melhor desempenho dentro da RDP¹⁰¹⁷. Mais ainda: é líder no país. A sua posição vai-se deteriorando à medida que a RC e a RR sobem. Ganha posição dentro da rádio pública apenas na fase de declínio da RC. Em meados da década de 80 a OM da RC é já menos ouvida do que a FM. A dinâmica desta emissão no seu período áureo antecipou a transição para a FM. Nesse mesmo estudo, observa-se que as emissões em OM da Antena 1 e da RR ainda são mais significativas do que as da FM¹⁰¹⁸, o que perdura em 1990. É só na década de 90 que a audição em OM se desvanece na RR e na A1.

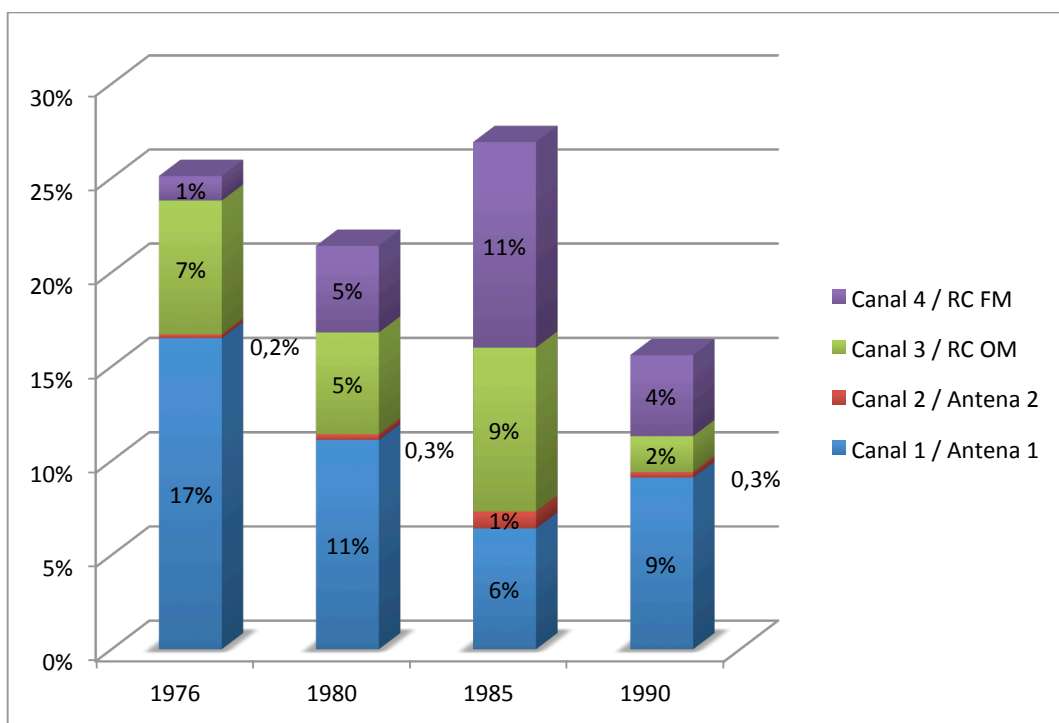


FIGURA 6 | AUDIÊNCIA CANAIS RDP

¹⁰¹⁷ Percentagens de ouvintes dos canais na véspera, relativamente ao total da amostra.

¹⁰¹⁸ Relativamente ao total da amostra a OM da RR era ouvida por 10,9% e a FM por 7,4%; a OM da A1 era ouvida por 3,9% e a FM por 2,6%.

Em 1995, já depois da autonomização da RC, a RDP está claramente ultrapassada pelo grupo RR, como ilustra o gráfico da figura 7. Deve notar-se que este é um momento em que a recém-criada Antena 3 tem um bom desempenho, sendo responsável por 65% do share total do grupo RDP¹⁰¹⁹. A rela

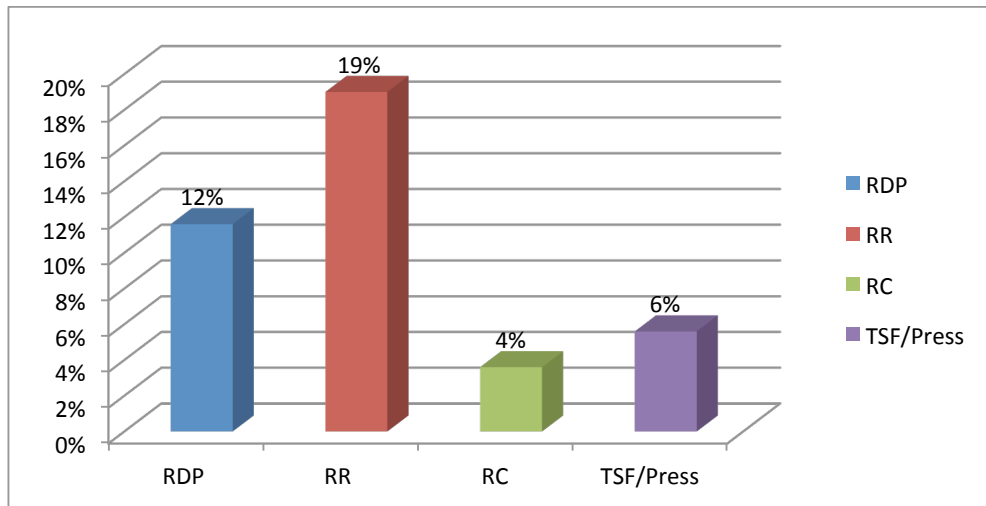


FIGURA 7 | AUDIÊNCIA CANAIS NUM DIA MÉDIO 1995

É nesta altura, como observamos na figura 8, já com o mercado fragmentado e solidificado que, após o aparecimento da Antena 3, a Antena 1 deixa de ser o canal mais ouvido da RDP.

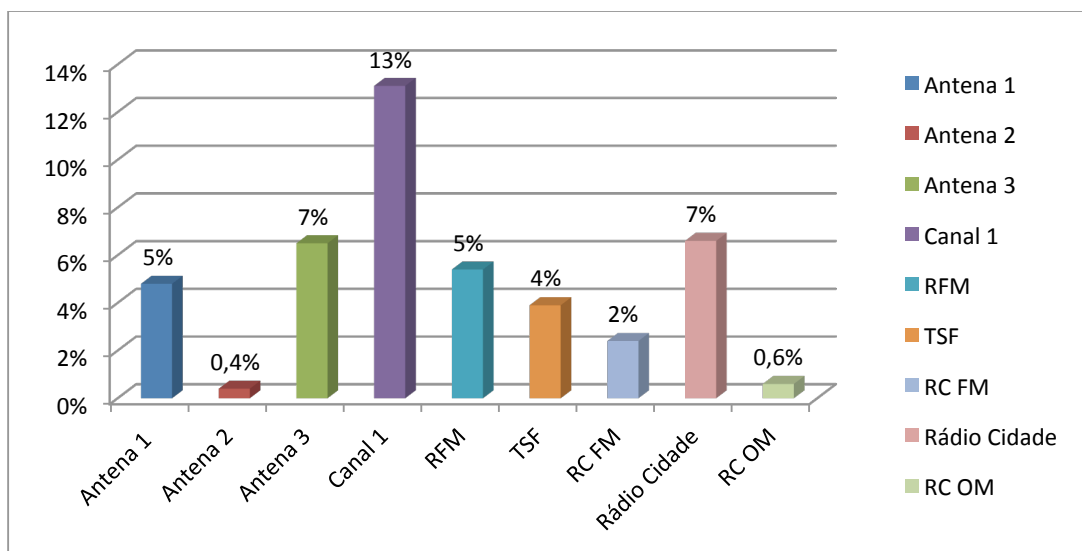


FIGURA 8 | AUDIÊNCIA DIÁRIA TOTAL EM DIA MÉDIO 1995

¹⁰¹⁹ Cf. *Situação de audiência de rádio do 4º trimestre 95*. Marktest, janeiro de 1996.

Na viragem do milénio a posição da RDP no sector é diferente. A RR, através do Canal 1 e da RFM domina claramente o mercado da rádio em Portugal¹⁰²⁰. A RDP, no seu todo, apresenta valores de *share* inferiores à RC. Apesar disso, aquando das Novas Opções Para o Audiovisual, a estação pública está em ligeira subida (figura 9).

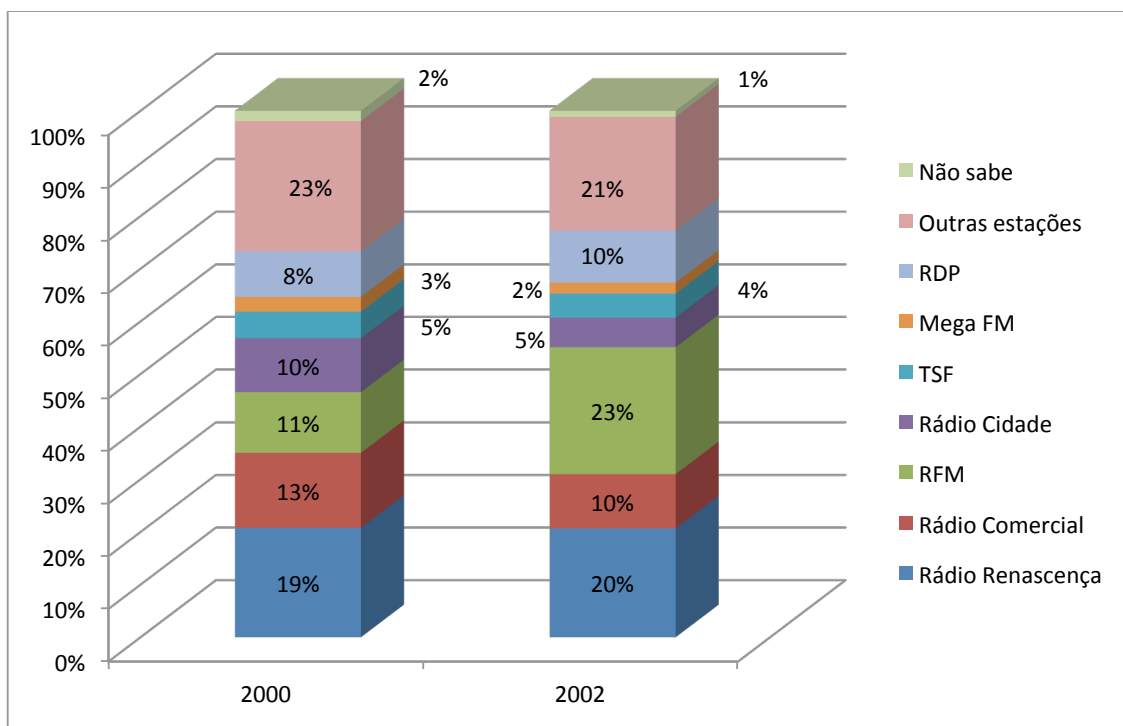


FIGURA 9 | SHARE DE AUDIÊNCIA 2000/2002

Verificamos, pois, que a RDP perde terreno ao longo dos anos para RR, o que é acentuado pela alienação da RC, e perde quota de mercado.

VIII.5 | CARATERIZAÇÃO DA AUDIÊNCIA

Embora o auditório da RDP, tendencialmente, revelasse um equilíbrio entre homens e mulheres, havia uma divisão de género bem definida na Antena 1 e, em determinadas épocas, na Antena 2. O canal generalista sempre foi maioritariamente ouvido por homens (figura 10). Tal facto pode explicar-se pela forte componente desportiva da programação, que se veio a tornar numa imagem do canal.

¹⁰²⁰ Os dados referem-se ao *share* medido pela Markttest (Obercom, 2003: 58)

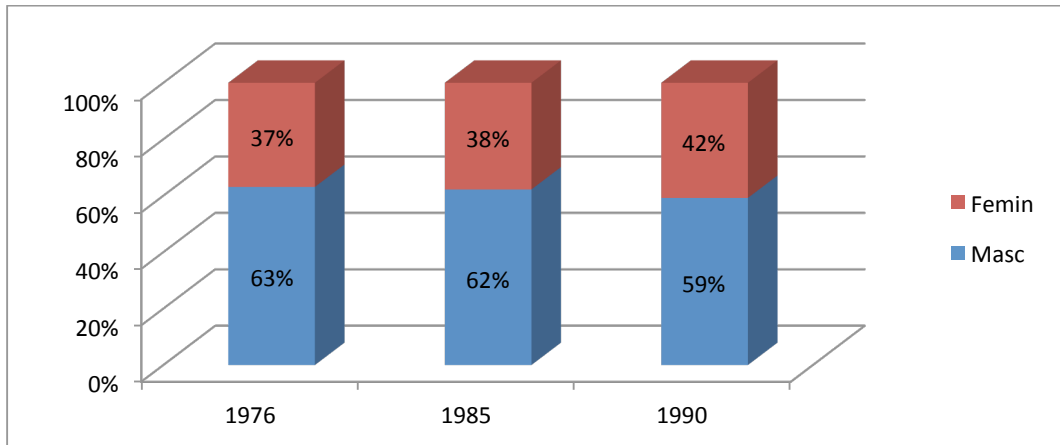


FIGURA 10 | AUDIÊNCIA POR SEXOS ANTENA 1

Um estudo da Eurosondagem feito em 2000 revela que havia sido conseguido um equilíbrio, havendo mesmo uma inversão das proporções: 50,1% dos ouvintes eram do sexo feminino. Coerentemente, e embora houvesse gostos bastante parecidos, as maiores diferenças situavam-se no desporto e no futebol (caraterísticos dos homens) e na música (em favor das mulheres)¹⁰²¹. Porém, os dados da Marktest de 2002 (Obercom, 2003: 58) voltam a estabelecer em cerca de um quarto, a quantidade de mulheres na audiência total da Antena 1¹⁰²². Tendo em conta que não se registaram alterações relevantes de programação entre 2000 e 2002, trata-se, em nossa opinião, da consequência da aplicação de diferentes metodologias nos estudos.

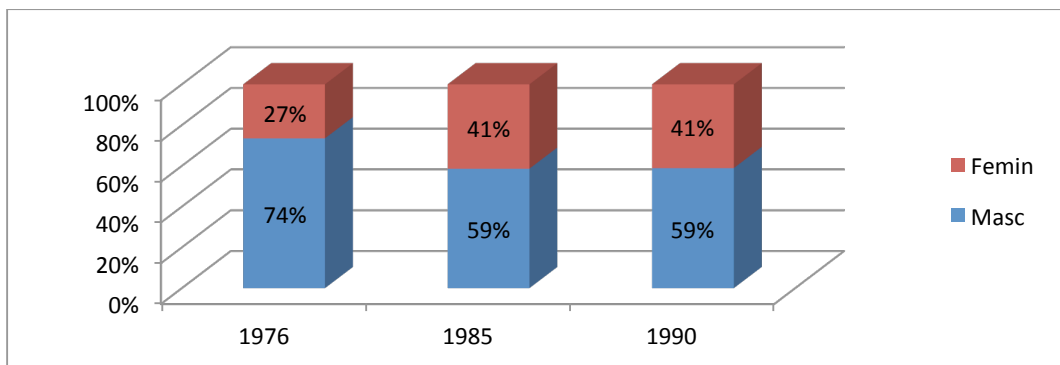


FIGURA 11 | AUDIÊNCIA POR SEXOS ANTENA 2

¹⁰²¹ Cf. *Estudo de opinião*, Eurosondagem, 2000.

¹⁰²² Note-se que a repartição dos ouvintes para o total rádio é 55,4 (masculinos) / 44,7 (femininos).

O canal erudito da RDP teve, tendencialmente, e de acordo com os dados disponíveis, uma audiência maioritariamente masculina (figura 11). Em 2000 (Eurosondagem) o público masculino situa-se nos 75% e em 2002, (Marktest) nos 66,8%.

Os dados referentes à Antena 3 são contraditórios, havendo registo de um equilíbrio (52,6% de mulheres) em 2000 (Eurosondagem) e de uma preponderância de homens (Marktest) em 2002 (66,8% de homens). Partindo dos dados da Marktest de 2002, podemos classificar o auditório da rádio pública como maioritariamente masculino.

A RDP tornou-se uma estação para a classe média, como podemos observar na figura 12. Em 1976, as classes preponderantes na audiência da rádio pública eram a média inferior e a baixa. Em 1980 e 1985, as classes média alta e inferior tornam-se dominantes e a classe baixa passa a minoritária.

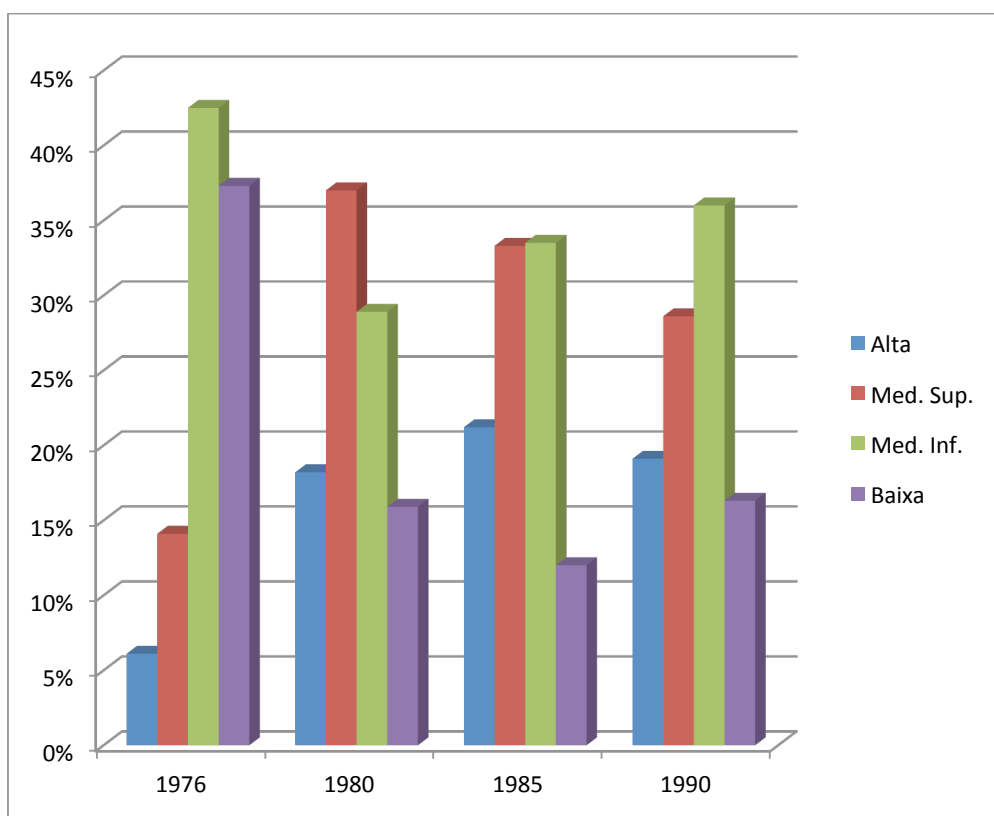


FIGURA 12 | AUDIÊNCIA RDP CLASSES SOCIAIS

Esta evolução deve explicar-se pelo período alto da FM da RC, que era preferida à OM pelas classes mais altas. Isso era o espelho da programação mais exigente e experimentalista da FM, face à atitude mais popular da OM. O canal generalista da RDP, embora em 1976 seja ainda preferido pelas classes mais baixas, nos anos 80 torna-se claramente, uma rádio das classes médias.

Os dados relativos a 2002 mantêm essa tendência, como observamos na imagem seguinte (figura 13). Os resultados relativos à Antena 2 são de tal forma díspares, que se presume que tenham sido afetados pelo baixo número de ouvintes na amostra. Entre 1976 e 1995 há grandes semelhanças na estrutura da audiência da RDP e da RR. No entanto, em 2002, as classes mais baixas (C2 e D) revelam-se mais importantes no Canal 1 da RR do que na Antena 1, como se constata no quadro seguinte.

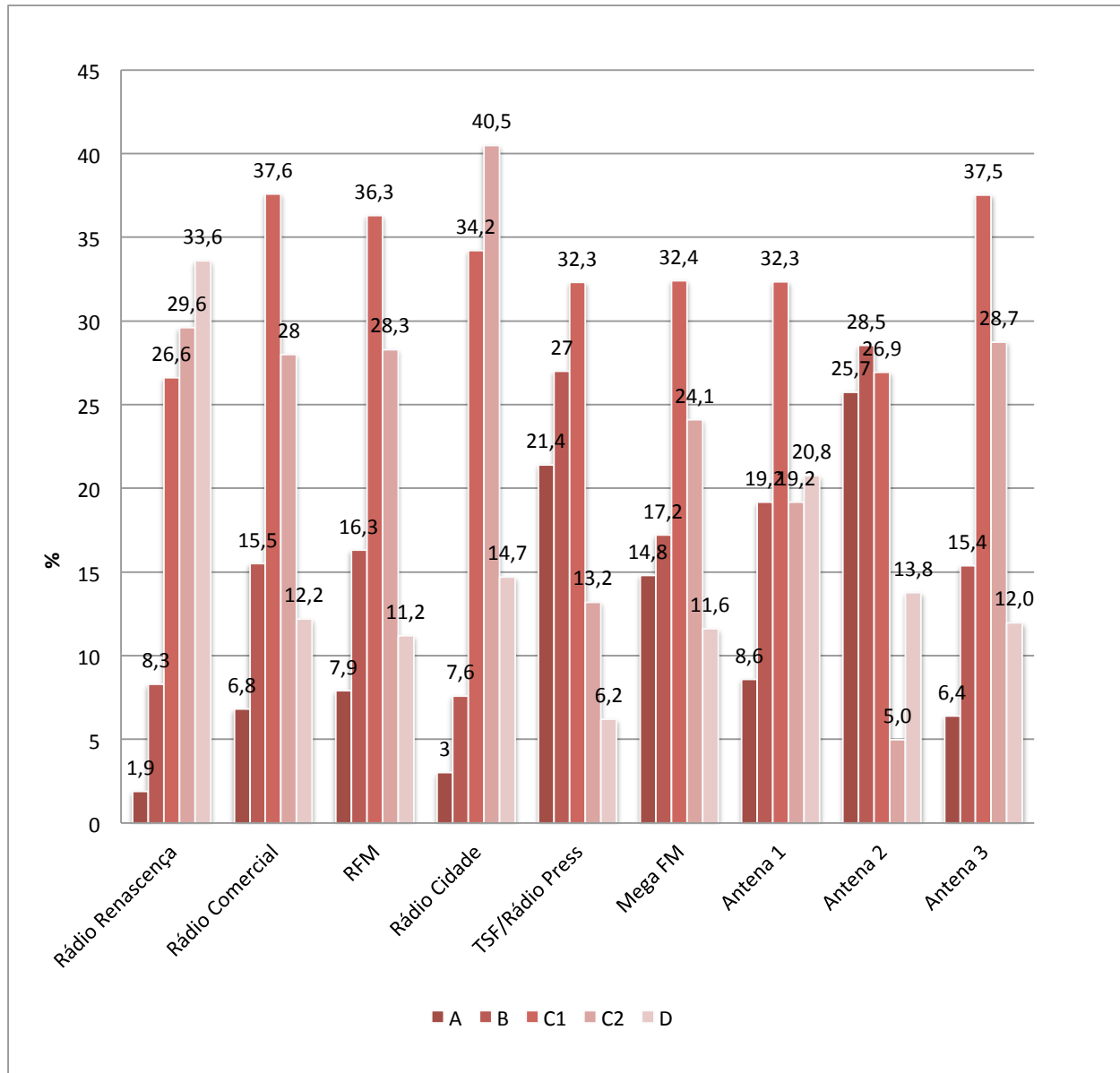


FIGURA 13 | AUDIÊNCIA POR CLASSE SOCIAL 2002 (CANAIS)

Um dos fenómenos mais relevantes na evolução da audiência do canal generalista de serviço público é o seu envelhecimento (figura 14). Em 1976, 58,6% dos ouvintes do Programa 1 tinham entre 15 e 44 anos (40,1% estavam entre os 15 e os 34 anos). A RR, porém, era ainda mais jovem: tinha 59,1% dos ouvintes com idades compreendidas entre os 15 e os 34 anos. Em 1980 o público da Antena 1 tinha algum equilíbrio na repartição etária abaixo dos 54 anos, embora a maior fatia estivesse entre os 25 e os 34 anos (26,2%). O envelhecimento do auditório é visível nos anos que se seguem.

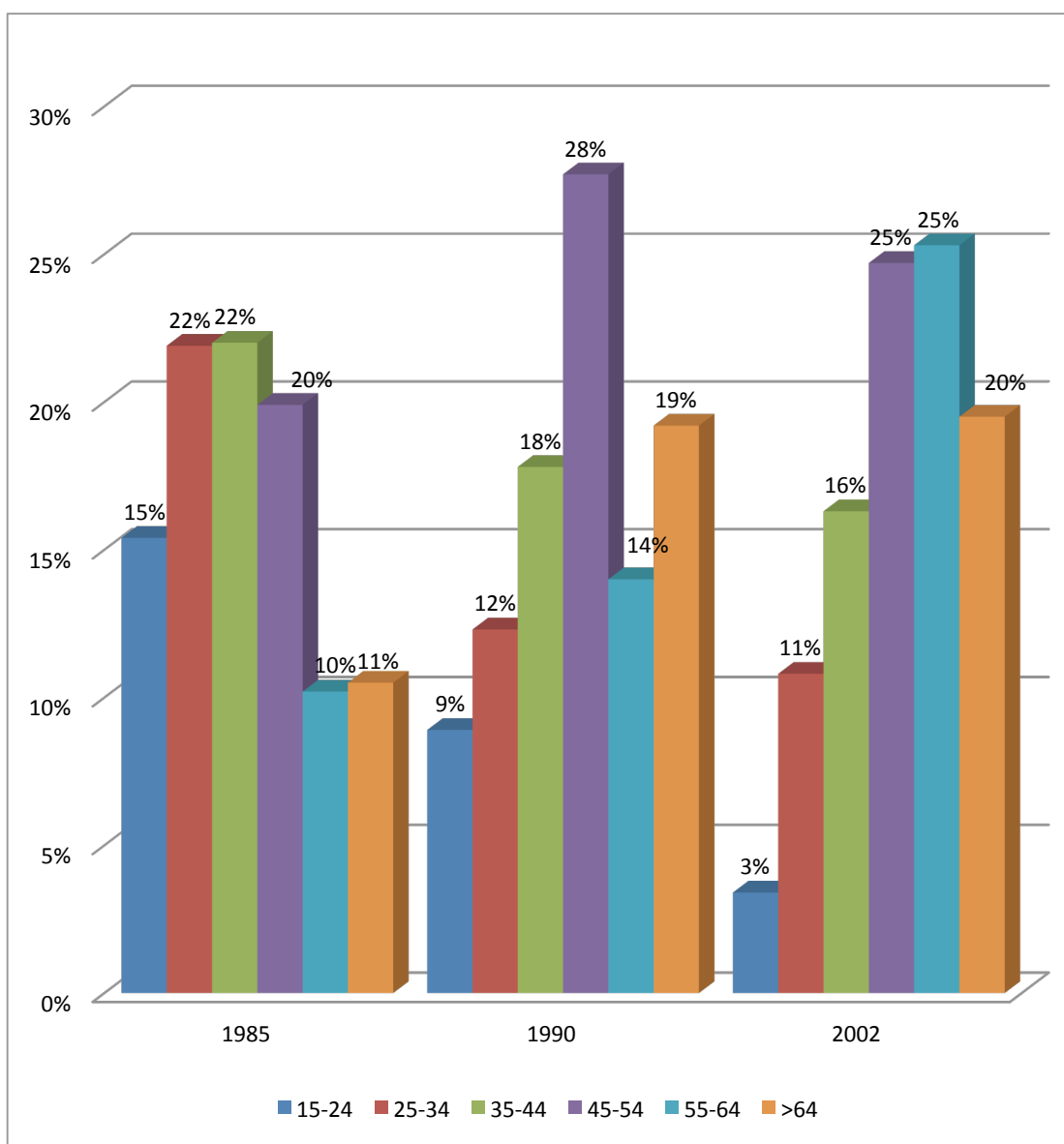


FIGURA 14 | AUDIÊNCIA ANTENA 1 (IDADES)

Esta tendência foi acompanhada pela evolução da audiência do Canal 1 da RR, que em 2002 tinha mais de metade do seu auditório com mais de 55 anos. Naturalmente, as curvas etárias das audiências das Antenas 2 e 3 são antagônicas (figura 15).

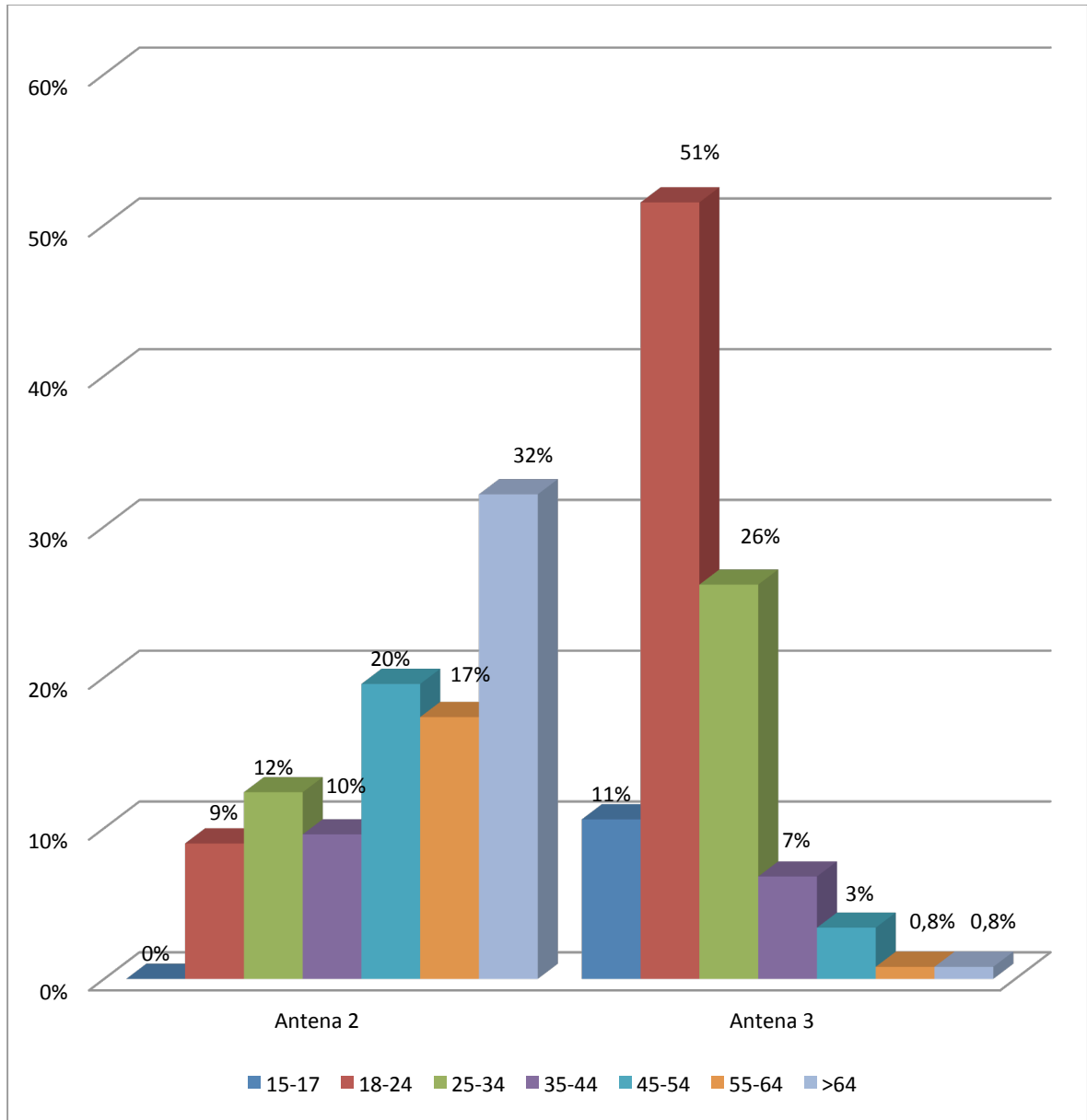


FIGURA 15 | ANTENAS 2 E 3 (IDADES)

Os canais 3 e 4 (mais tarde RC OM e FM, respetivamente) tinham uma audiência com um pendor mais jovem do que a Antena 1. Isso é particularmente evidente na FM da RC, até à sua alienação. A OM da RC vai sendo ouvida por um público cada vez mais envelhecido entre 1976 e 1990.

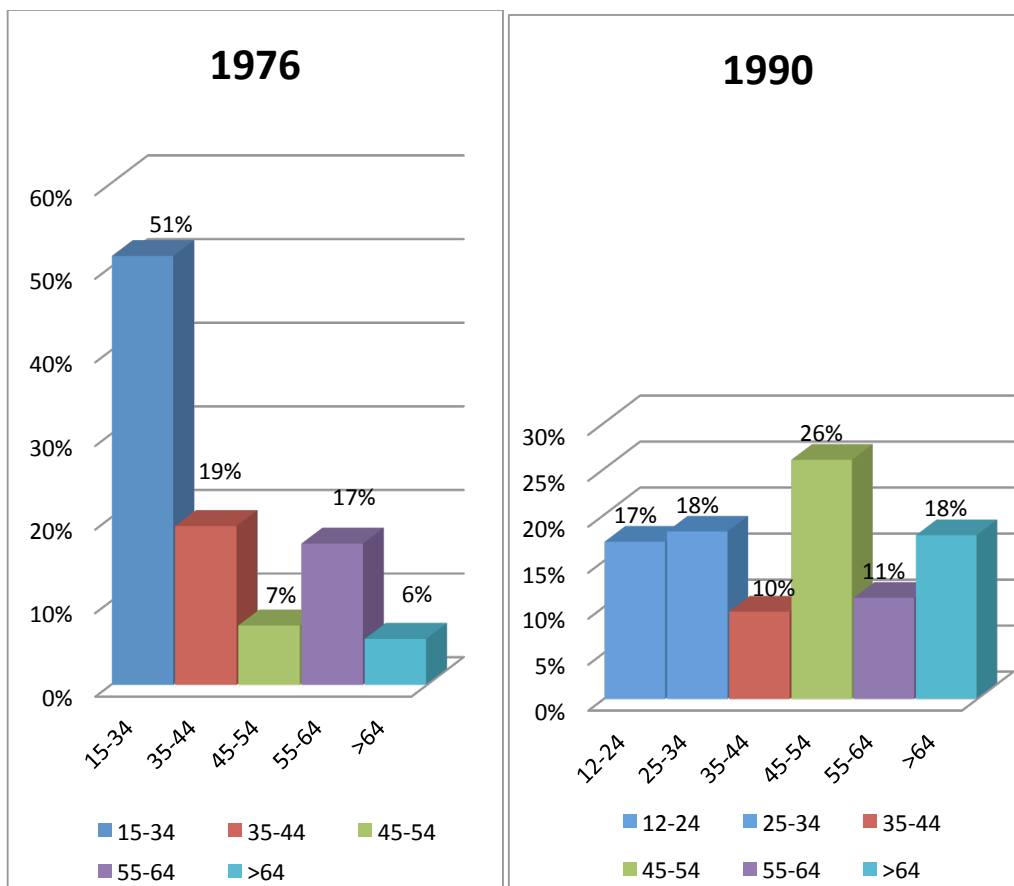


FIGURA 16 | RCOM (IDADES)

Até 1990 os ouvintes da grande Lisboa área representaram uma fatia regularmente crescente do auditório da rádio pública (figura 17). Enquanto em 1976 representavam 22,1 % do total, 14 anos depois chegavam aos 40,2%. A maior importância dessa região na audiência da RDP está relacionada com o desempenho da Antena 1/Programa 1.

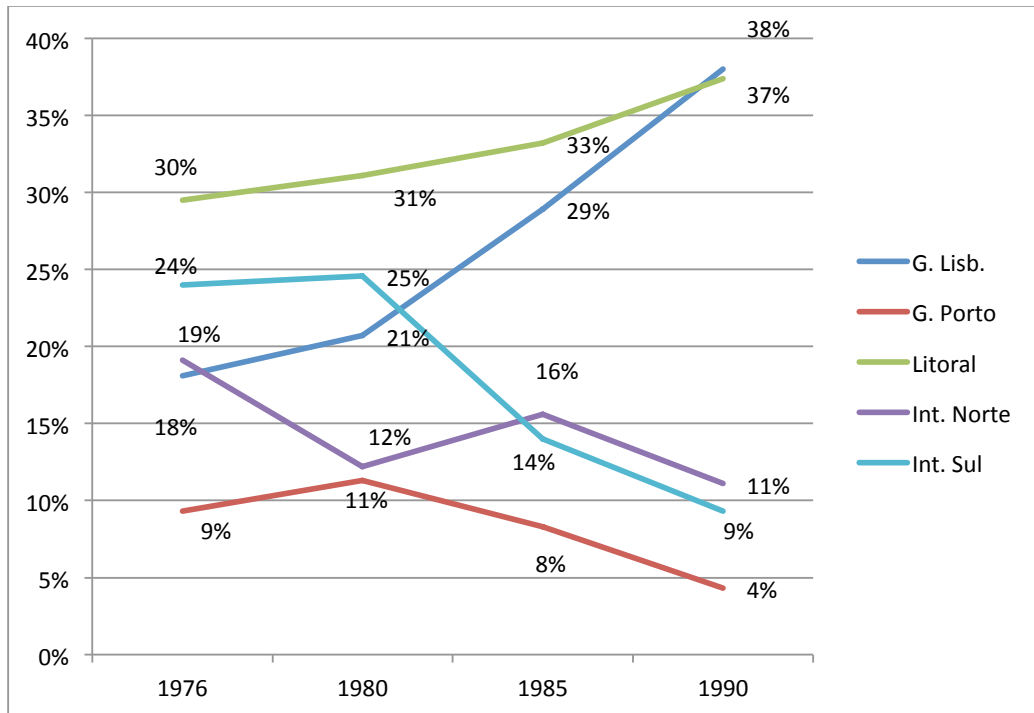


FIGURA 17 | AUDIÊNCIA ANTENA 1 (REGIÕES)

Os resultados da Antena 2 revelam que a maioria dos seus ouvintes provém da grande Lisboa e do litoral, como vemos na figura 18. Isso é visível já nos anos 80 e manteve-se nas décadas seguintes.

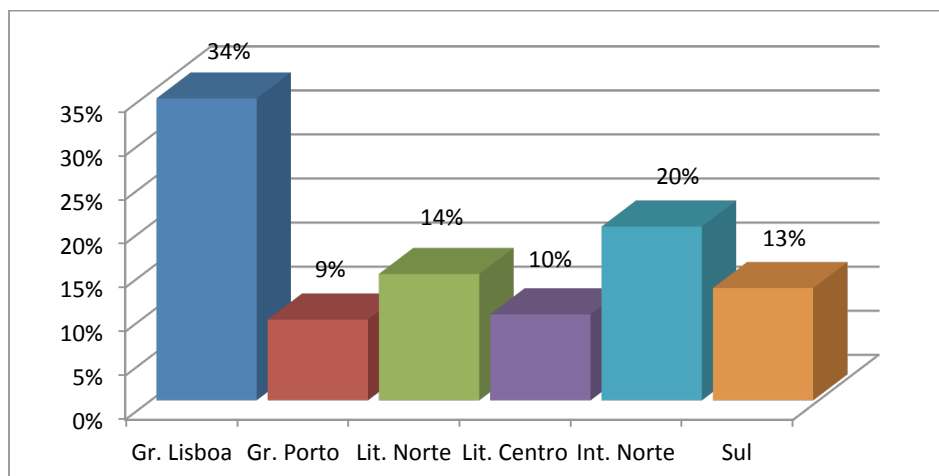


FIGURA 18 | AUDIÊNCIA ANTENA 2 (REGIÕES 2002)

Igualmente, a grande Lisboa e o litoral eram as origens da maioria dos ouvintes dos canais 3 e 4 (RC OM e FM). Note-se que a grande Lisboa nunca foi tão preponderante nas emissões da RR como o foi nas da RDP.

A escuta da rádio à altura do nascimento da RDP tinha características diferentes da que se estabeleceria duas décadas depois. Os períodos de *drive in* e *drive out* não eram ainda os momentos de maior consumo. Ao invés, a audição estendia-se ao longo do dia, apresentando picos às horas das refeições, das quais se destacava a hora do almoço (figura 19). De facto, apenas 0,9% por cento da amostra (1976) tinha rádio no carro. A maioria tinha rádios portáteis (27,2%) ou ligados à corrente (40,5%).

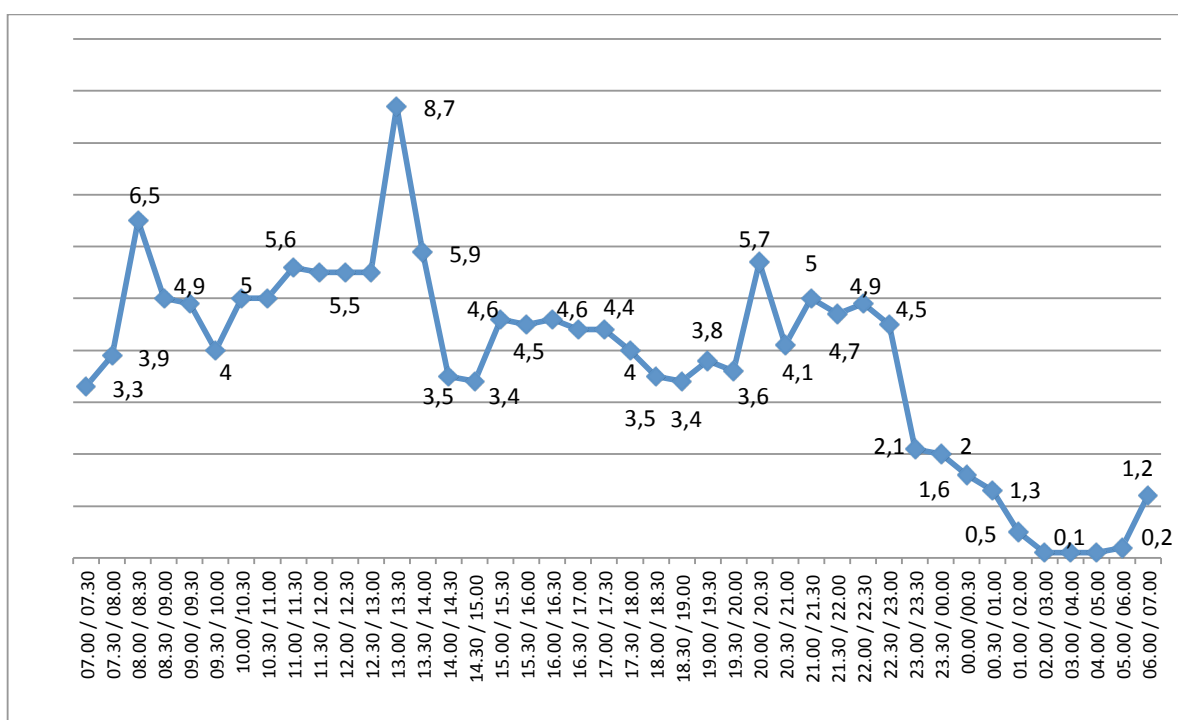


FIGURA 19| HORAS AUDIÇÃO RÁDIO 1976 (PERCENTAGENS)¹⁰²³

A audição da RDP (figura 20) tem uma curva muito semelhante à da escuta da rádio (figura 19), a qual se deve, também, ao seu canal mais ouvido.

¹⁰²³ Percentagens relativas ao total de ouvintes de rádio na amostra (véspera).

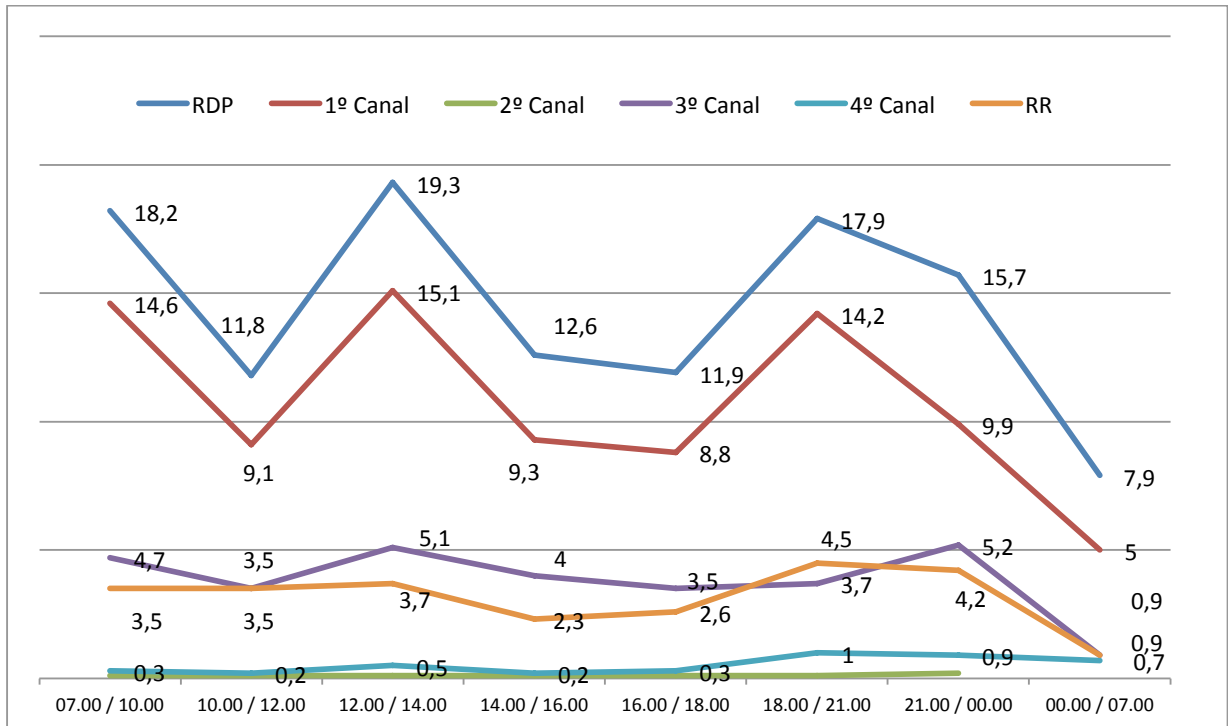


FIGURA 20 | AUDIÇÃO ESTAÇÕES AO LONGO DIA 1976 (PERCENTAGENS)¹⁰²⁴

O estudo geral de meios, efectuado pela Norma tentava responder a preocupações sobre a mudança tecnológica em curso, numa época em que o rádio ligado à corrente ainda era preponderante. Não é possível aferir a real penetração da FM na audiência, dada a quantidade de pessoas que desconhecia as características do seu aparelho. Mas é claro que a audição de FM e, mais ainda, a audição em estereofonia eram residuais.

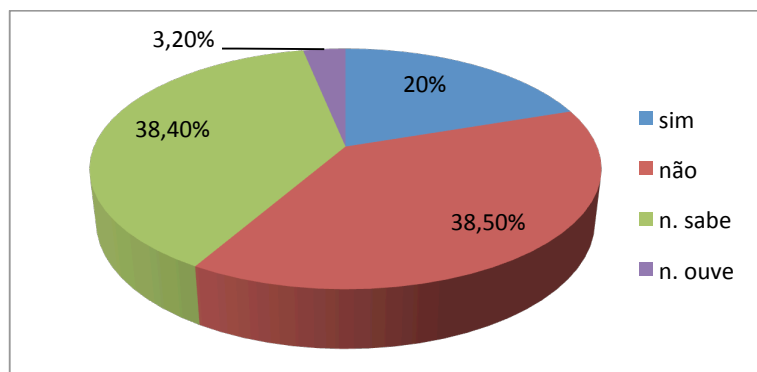


FIGURA 21 | POSSE DE RÁDIO COM FM (1976)

¹⁰²⁴ Percentagens relativas ao total da amostra (véspera).

Em 1980, a RDP já não lidera as tardes. A RR ultrapassa os canais da RDP entre o almoço e o jantar. E a FM da RC começa a tornar-se mais relevante (figura 22).

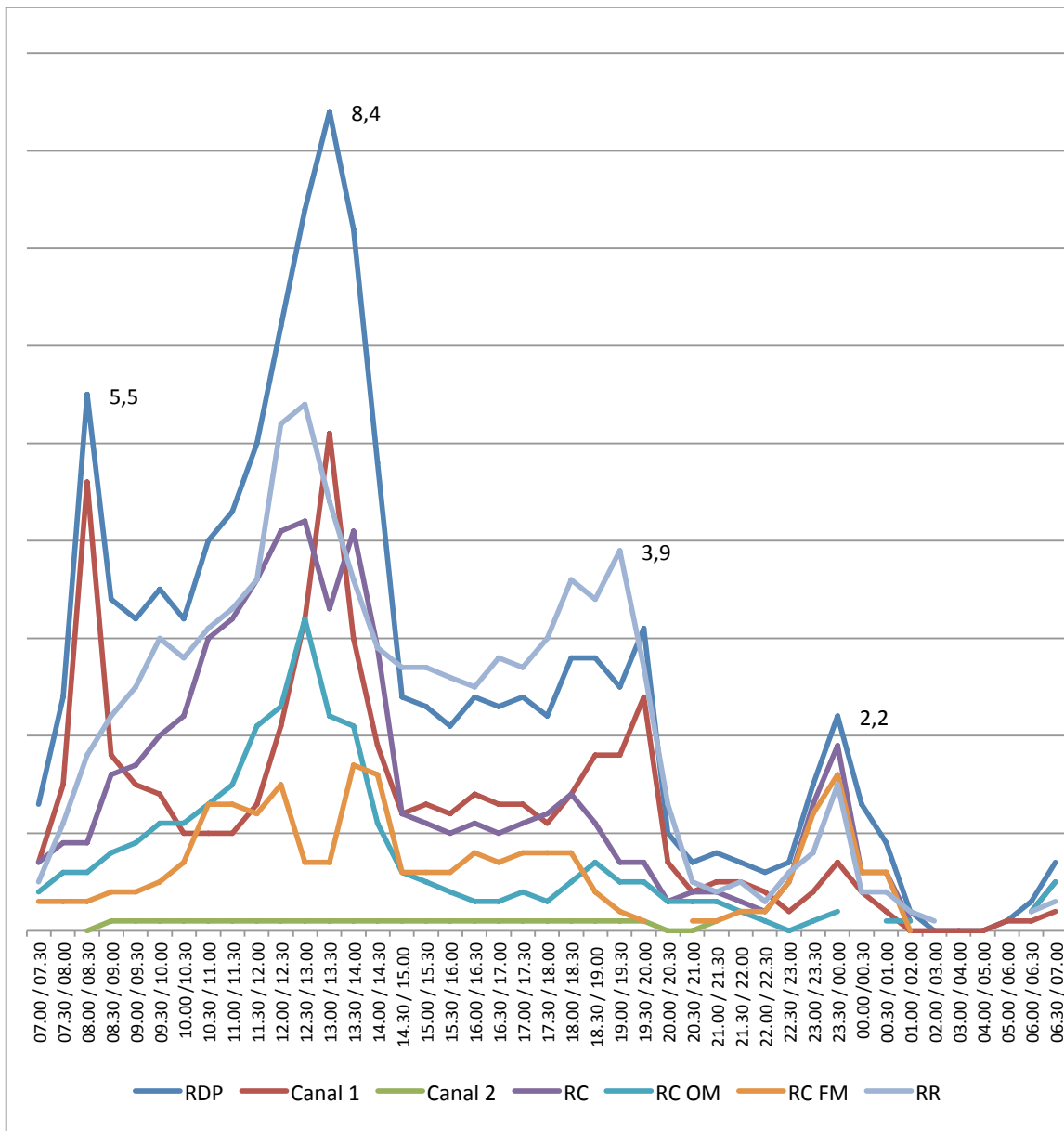


FIGURA 22 | AUDIÊNCIA ESTAÇÕES LONGO DO DIA 1980 (PERCENTAGENS)¹⁰²⁵

¹⁰²⁵ Percentagens relativas ao total da amostra (véspera).

Em 1985, a RDP lidera o mercado, mas à custa da RC. As estações do serviço público já não são concorrentes à altura da audiência da RR. A FM da RC tem o melhor desempenho na RDP e lidera o mercado durante a manhã e a tarde (figura 23). Não pode aferir-se a verdadeira importância da liderança da FM da RC sem lembrar que a FM estava longe de se ter generalizado no país. A tradicional força da RR no início do dia é já notória. Em antena estava o programa “Despertar”, que iria dominar a audiência durante vários anos nesse horário.

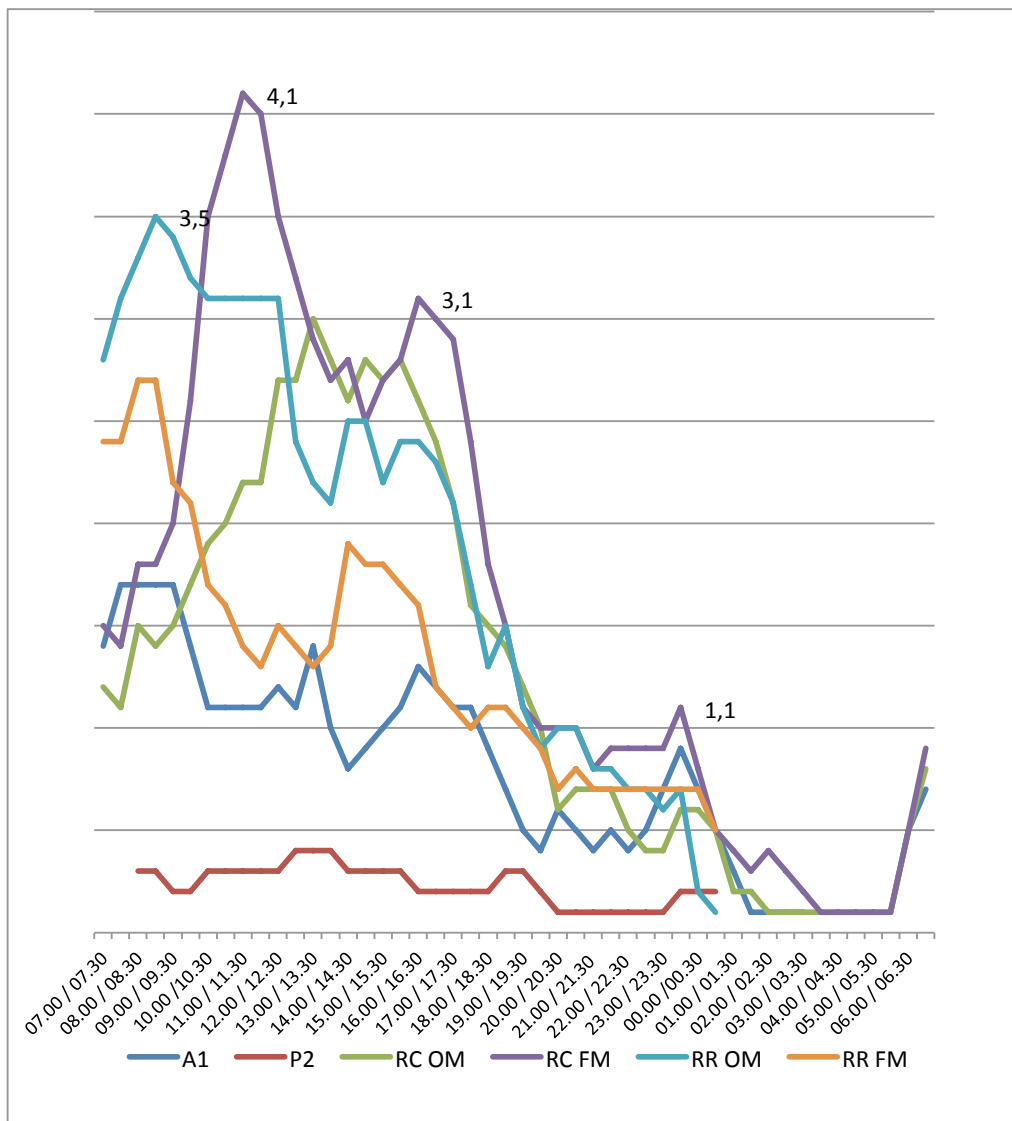


FIGURA 23 | AUDIÊNCIA ESTAÇÕES LONGO DO DIA 1985 (PERCENTAGENS)¹⁰²⁶

¹⁰²⁶ Percentagens relativas ao total da amostra (véspera).

Em 1990, a RC está numa fase descendente. O mercado tem outra oferta, após a liberalização. A manhã continua a ser domínio da OM da RR e a tarde é da FM da RC. À noite regista-se um predomínio dos canais FM, nomeadamente a RFM e a RC (figura 24). Na antena da RFM está o Oceano Pacífico, com o seu modelo de música calma. A Antena 1 apenas lidera no início da jornada, logo pelas 7 horas da manhã. Importa também registar a força da presença da OM ao longo do dia.

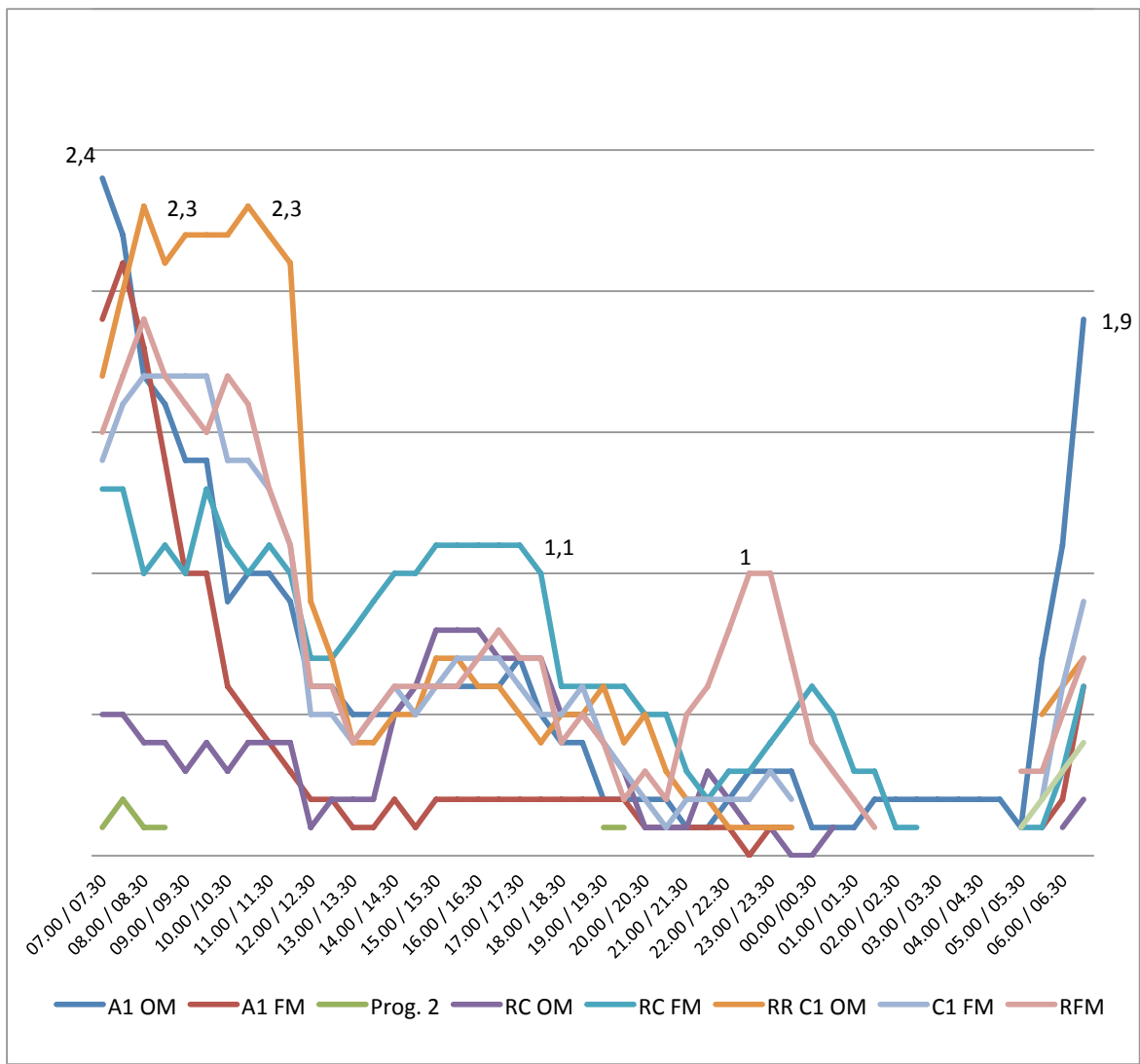


FIGURA 24 | AUDIÊNCIA ESTAÇÕES LONGO DO DIA 1990 (PERCENTAGENS)

Nesta altura, a curva de audição da rádio (figura 25) apresenta já características distintas da que apresentava em 1976. O pico da escuta situa-se na manhã, decrescendo ao longo do dia. O almoço e o jantar são já períodos fracos.

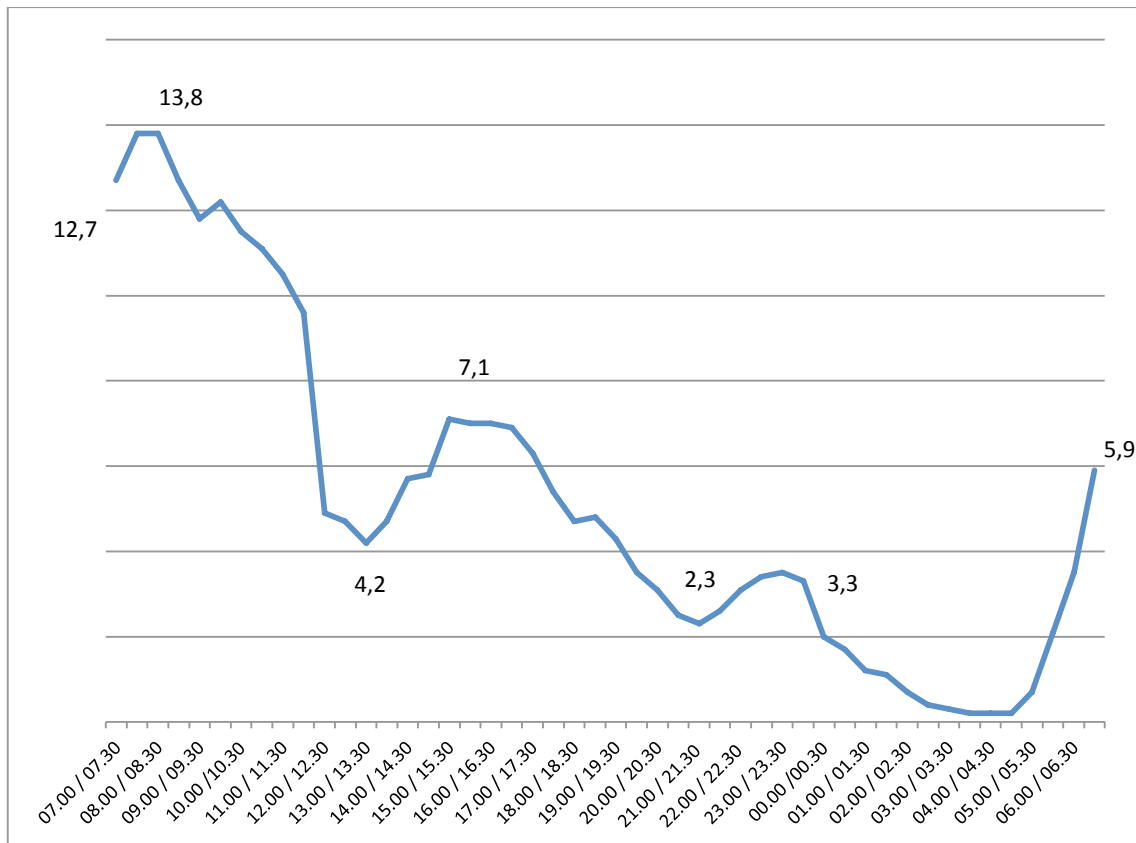


FIGURA 25 | AUDIÇÃO DE RÁDIO AO LONGO DO DIA 1990 (PERCENTAGENS)

Em 1995, o domínio do Canal 1 da RR ao longo do dia é evidente. As rádios locais têm agora uma importância enorme na audiência. A OM praticamente não é escutada (figura 26).

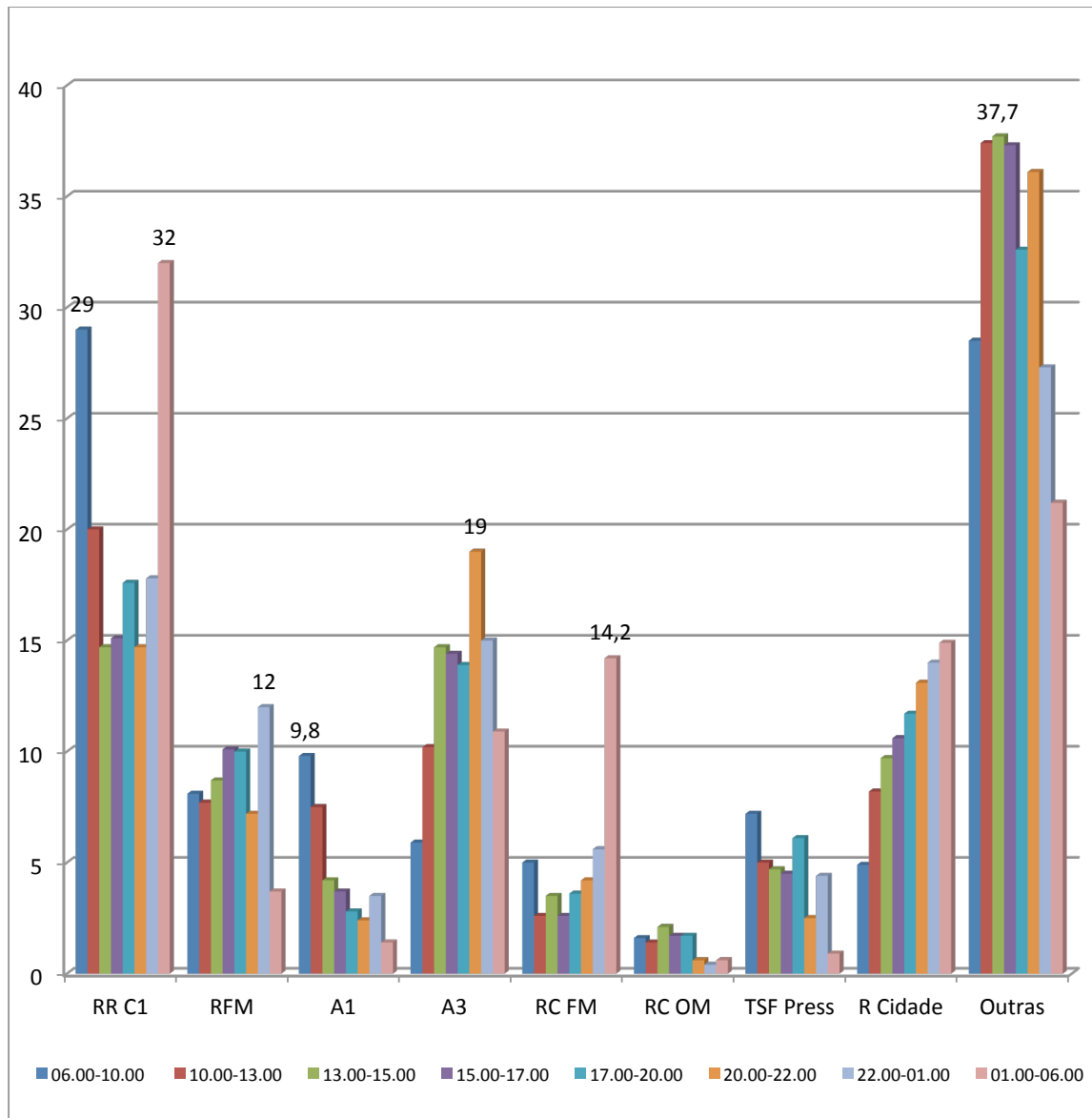


FIGURA 26| SHARE PERÍODOS HORÁRIOS 1995 (PERCENTAGENS)

A RDP volta a ter um novo fôlego, mercê da nova Antena 3, cujo desempenho inicial é bastante bom. Aliás, a contribuição da Antena 3 para o total do share da RDP é enorme, como podemos aferir no gráfico da figura 27.

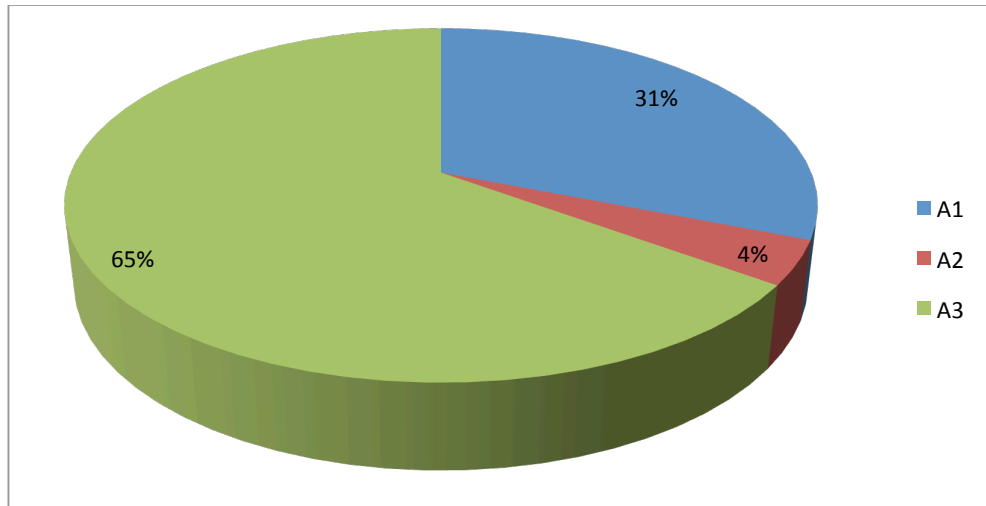


FIGURA 27 | SHARE CANAIS TOTAL RDP 1995

Concluindo, o canal principal da RDP rapidamente perdeu espaço nas audiências. Aliás os canais de SP da rádio raramente foram os motores do desempenho da estação, o que não é incoerente com a existência de setores diferentes com objetivos distintos dentro da RDP. O SP de rádio português não é, tradicionalmente, forte no mercado. A Antena 1 é uma rádio com um perfil de ouvintes mais envelhecido, o que se pode explicar com a maior identificação destes ouvintes com as qualidades que, aos poucos, se tornaram a marca identitária da rádio.

VIII.6 | PERCEÇÕES ACERCA DA IMAGEM DA RDP

Seguidamente, debruçamo-nos sobre os estudos de imagem de que a RDP se socorria para apoio à gestão. A análise destes estudos permite obter outros dados, para além das posições relativas das estações no mercado. Entre outras dimensões, podemos aferir a forma como a implementação de princípios de base do SP é, efetivamente, reconhecida pelos portugueses. Incluímos nesta análise dados contextuais acerca do lugar da rádio e do rádio no quotidiano das pessoas. Embora não diretamente decorrentes do nosso objetivo principal, esses dados permitem uma visão mais completa da mutação nos hábitos de vida e de consumo destes 30 anos.

VIII.6.1 | DÉCADA DE 70

Foi logo após a criação do GER que a RDP realizou o estudo “Opinião e efeitos – análise de um conjunto de programas experimentais produzidos por equipas de realização da RDP”. O estudo compreendia três vertentes: imagem da RDP, da RR e da rádio considerada ideal¹⁰²⁷. Uma vez que o estudo se centrou na zona de Lisboa, é impossível generalizarem-se as conclusões obtidas. Porém, os dados podem contribuir para a construção de uma mais completa imagem da rádio pública logo após a sua criação. Apesar das semelhanças nas respostas relativas às duas rádios, a RDP e a RR (embora esta última ligeiramente menos) estavam distantes do conceito de rádio ideal: a RDP era considerada acessível, mas não tinha uma imagem de imparcialidade e independência ou qualidade¹⁰²⁸.

O estudo de audiência e opinião realizado em 1977 tinha uma dimensão e profundidade bem maiores. Importa referir que o contexto social do final dos anos 70 era marcado por um equilíbrio entre as regiões urbanas e as rurais. A população tinha um baixo nível de instrução. Quase metade da amostra (47,3%) tinha a instrução primária completa, enquanto 35% não haviam sequer atingido esse patamar. Apenas 2,6% da amostra tinham instrução universitária¹⁰²⁹.

Nesta altura, a rádio estava presente na vida da população em estudo. A larga maioria (cerca de 85%) possuía um recetor de rádio. Nas zonas urbanas de Lisboa e Porto esses valores aproximavam-se mesmo dos 95%. A maioria da amostra estava, também, bastante exposta à rádio: 70% ouviam-na todos ou quase todos os dias (a percentagem de espectadores assíduos da televisão era de 64,3% e a de leitores dos jornais de 20%)¹⁰³⁰. A rádio não era encarada como pano de fundo musical. As suas funções informativa, recreativa, pedagógica e cultural eram claramente valorizadas (90,6%) em oposição à mera presença sonora do aparelho.

Quando questionados sobre os cinco assuntos pelos quais nutriam mais interesse na rádio¹⁰³¹, os inquiridos davam pouca importância aos conteúdos informativos. Apenas 0,2% dos indivíduos afirmaram interessar-se por atualidade e notícias na rádio. Os temas culturais e científicos provocavam, também, pouco interesse, sendo escolhidos apenas por 0,4% dos indivíduos. Apesar disso, a crítica e a informação relativa a espetáculos era um pouco mais apreciada, sendo referida por

¹⁰²⁷ Cf. *A imagem da rádio: ensaio de metodologia – projecto 3/77/16*; arquivo da RTP

¹⁰²⁸ Cf. *A imagem da rádio: ensaio de metodologia – projecto 3/77/16*; arquivo da RTP.

¹⁰²⁹ O estudo não diferencia entre frequência e conclusão de curso universitário.

¹⁰³⁰ Note-se, ainda, que a exposição aos meios de comunicação social é maior nos homens, nas zonas urbanas, nos mais jovens e nos que têm mais instrução e melhores empregos. Existe ainda uma relação direta entre a exposição aos jornais e o grau de instrução que não se verifica na exposição à rádio ou a televisão.

¹⁰³¹ Base: indivíduos que ouviram rádio nos últimos 30 dias.

6,9% da amostra. Os interesses dos ouvintes da rádio eram claramente atraídos pela música (75,2%) e pelo desporto (31,5%), este último com forte preponderância (86%) de ouvintes do sexo masculino.

Os interesses da amostra eram, no entanto, contraditos pelos efetivos hábitos de escuta da rádio pública, nos quais a informação tinha uma posição altamente relevante. Na RDP os conteúdos preferidos eram a música (cerca de 80%)¹⁰³² e as notícias (cerca de 73%). É interessante verificar que os perfis dos canais tinham marcas evidentes. Em todos os canais da RDP a música era o conteúdo preferido, exceto no Canal 1, em que as notícias se destacavam ligeiramente em relação à música. A terceira opção no Canal 1 era o desporto, no Canal 3 era o humor e na RR os programas religiosos.

Nestes primeiros anos em democracia, a rádio pública pretendia saber qual a abordagem preferida pelos ouvintes, nomeadamente no que dizia respeito à forma de apresentar os noticiários na rádio em geral. Verificou-se que os ouvintes demonstravam preferência por noticiários mais desenvolvidos (51,9%) e que incluíssem a análise dos acontecimentos (45%), em detrimento de conteúdos informativos com menos contexto.

A maioria dos ouvintes (60,4%)¹⁰³³ decidia qual a emissora que queria ouvir, ao ligar o rádio. No entanto, verificavam-se dificuldades no reconhecimento da estação: 41,4% não reconheciam, 31,8% reconheciam a estação e 24,8% reconheciam às vezes. E nessa variável, a RDP tinha claramente mais notoriedade do que a RR. A emissora pública era reconhecida por 86,8% dos indivíduos e a emissora católica apenas por 48,9%.

A imagem da RDP era mais favorável que a da sua concorrente direta. A RDP era considerada uma emissora com programas variados (42,6%) e que usava uma linguagem fácil de compreender (41%)¹⁰³⁴. A rádio pública tinha melhores resultados do que a da RR ao nível da agradabilidade da audição dos programas, da música que passava, da forma como acompanhava os acontecimentos nacionais e internacionais, da variedade dos programas¹⁰³⁵. Esta tendência é coerente com o facto de a audiência da RR ser inferior quer à do canal 1, quer à do canal 3¹⁰³⁶. A falta de uma opinião vincada acerca de determinadas dimensões da imagem da RDP, nomeadamente as suas independência e eficácia informativa, é uma das constatações mais relevantes. Em todas as possibilidades de escolha, a

¹⁰³² A música portuguesa era a preferida dos ouvintes: distinguindo-se a música popular, tradicional e o folclore (referida como primeira opção por 61,9% dos indivíduos), da música moderna e ligeira (referida por 57,3% dos indivíduos como segunda escolha). A música clássica e a música estrangeira eram preferências claramente minoritárias.

¹⁰³³ Relativo aos indivíduos que ouviram rádio nos últimos 30 dias (78,9% do total).

¹⁰³⁴ Perante frases, os indivíduos deveriam responder se os enunciados se aplicavam muito ou pouco à RDP ou à RR. O valor indicado refere-se à escolha da opção “muito”. A interpretação destas respostas oferece duas possibilidades: optámos por incluir apenas as respostas “aplica-se muito”; porém, a escolha aplica-se “pouco” é igualmente positiva em relação ao atributo. O estudo, aliás, assume que o número de pessoas que escolhe um determinado atributo é o resultado das parcelas “aplica-se muito” e aplica-se pouco”. A pergunta permitia a possibilidade de se escolher a opção “nenhuma das estações”. Note-se, porém, que a pergunta era feita relativamente à RDP, não sendo discriminado nenhum dos canais.

¹⁰³⁵ Todas estas variáveis eram atribuídas à RDP em percentagens superiores às da RR.

¹⁰³⁶ Cf. *Estudo de audiência e opinião da rádio – 1977, volume VIII – A – Serviços Comerciais*; arquivo da RTP.

percentagem de não respondentes é superior a 30%. Mas a falta de opinião acerca da independência das estações face a poderes políticos (55%) e das suas capacidades de transmitir com rigor o que se passava no estrangeiro (50%) e em Portugal (43%) é a imagem de que a recente democracia ainda não havia despertado nas pessoas uma dimensão crítica face aos *media*¹⁰³⁷. Quando questionados diretamente acerca da independência informativa da RDP, confirmava-se que não havia uma noção vincada acerca da independência da rádio pública. Metade dos indivíduos não sabia se os noticiários da RDP favoreciam algum partido ou corrente de opinião. A informação da rádio pública era considerada independente apenas por 23% dos indivíduos. E 20,3% consideravam que a informação da rádio pública não era independente¹⁰³⁸.

Em 1979, os canais 3 e 4 haviam já dado origem à Rádio Comercial em OM e FM, assumindo a sua vocação de concorrentes no mercado privado.

Os resultados do estudo efetuado nesse ano não revelam diferenças significativas no que diz respeito aos atributos das imagens de cada estação¹⁰³⁹. No entanto, as dimensões mais associadas ao Canal 1 da RDP são o acompanhamento da realidade (24%) e a expressão de todas as correntes de opinião (23%). A RC destacava-se pela agradabilidade de audição (21%), pelo acompanhamento da atualidade (21%) e pela variedade dos programas (21%). A RR era mais identificada com a agradabilidade da escuta (26%) e com a distração proporcionada pelos seus programas populares (24%). Note-se que a rádio ideal, que as respostas indicavam como estando bem distante dos três emissores, era identificada sobretudo com a agradabilidade de audição, o acompanhamento da atualidade e a boa realização de programas. Das três estações, a RC era considerada a mais dinâmica, porém não tinha uma imagem funcional bem definida. A RR era a mais agradável de ouvir e a função que lhe era mais associada era a recreativa. O Canal 1 era o que melhor permitia acompanhar a realidade, o que é coerente com a função informativa e cultural que lhe era atribuída. O estudo revelava que a imagem, ao nível do impacto emocional, da RR era mais favorável do que a da RC e esta última do que a do Canal 1¹⁰⁴⁰.

Internamente, a RDP vive um período de reestruturação e instabilidade. Face às notícias publicadas pela imprensa, o questionário incluía perguntas relativas à imagem que as pessoas teriam da dinâmica interna da empresa. A RDP era considerada uma boa prestadora de serviços (65,9%), com bons profissionais (59,5%) e preocupada em respeitar os interesses do público (50,1%). Relativamente à independência face ao governo, mais de metade (54,5%) dos indivíduos não tinha opinião; enquanto um terço da amostra considerava a RDP dependente do poder político do momento.

¹⁰³⁷ Valores das respostas às frases relativas ao acompanhamento informativo em Portugal e no estrangeiro e, também à independência da informação. Note-se, porém, que esta incapacidade de resposta pode não resultar de falta de convicções em relação ao tema, mas sim de inadequação das frases propostas.

¹⁰³⁸ Questões relativas à independência dos noticiários da RDP.

¹⁰³⁹ Cf. *A imagem da RDP, dos seus canais e da concorrência, 1979*; arquivo da RTP.

¹⁰⁴⁰ Cf. *A imagem da RDP, dos seus canais e da concorrência, 1979*; arquivo da RTP.

VIII.6.2 | DÉCADA DE 80

No início dos anos 80 a rádio continua claramente presente na vida da população¹⁰⁴¹: 85,5% dos indivíduos da amostra afirmam ter o hábito de ouvir rádio¹⁰⁴². O número é semelhante ao de indivíduos que têm um aparelho recetor: 84,4%¹⁰⁴³, metade dos quais (49,2%) já captam emissões em FM, o que demonstra a real entrada da FM nos lares portugueses, embora isso não se refletisse numa mudança de hábitos: as emissões mais escutadas ainda eram em OM. A escuta em FM era predominantemente dos mais jovens¹⁰⁴⁴, o que resultava das políticas de programação viradas para a qualidade e novidade musicais desses canais, sobretudo da RC. A escuta de rádio era, de acordo com o estudo de 1981, frequentemente um ato em si próprio, não dependente do conteúdo que se poderia escutar: 31,8% dos indivíduos ligavam o rádio onde quer que ele estivesse sintonizado e apenas 27% escolhiam a estação¹⁰⁴⁵. A televisão toma, entretanto, o lugar principal como fonte quotidiana de informação.

A RDP via a RR crescer no mercado. A estação católica era ouvida regularmente por 52,7% dos indivíduos da amostra. A Antena 1 era escutada por 30,6% e a RC por 38,6%¹⁰⁴⁶. Em todos os canais a audição em OM era dominante. A marca RR era, aliás, a que tinha mais notoriedade, sendo identificada por 85,5% dos indivíduos. A Antena 1 era identificada por 65,8%, a RC (não especificando o canal) por 59,9% e o Programa 2 por 27,8% dos indivíduos¹⁰⁴⁷. Deve notar-se que, no espaço de seis anos, os canais da agora RDP haviam mudado de nome várias vezes. Essa poderá ser uma das razões que levam à não obtenção de níveis de reconhecimento mais elevados. Um ouvinte da Antena 1 podia referir-se ao canal por esse nome, ou apelidá-lo de Canal 1 da Emissora Nacional, ou Programa 1 ou Lisboa 1. Maior confusão poderia existir na identificação da OM da RC, anteriormente designado Canal 3, e que englobava os EAL, a RC do Centro, a RC Regional do Sul ou a Rádio Alto Douro.

¹⁰⁴¹ Cf. *Opinião sobre a RDP e a sua programação*, maio de 1981; arquivo da RTP.

¹⁰⁴² Percentagem sobre o total da população.

¹⁰⁴³ Percentagem sobre o total da população.

¹⁰⁴⁴ Base: audiência habitual dos emissores relativa ao total da população.

¹⁰⁴⁵ Percentagens relativas ao total da população. Não é possível comparar com os dados de 1979, uma vez que se tratam de percentagens calculadas sobre bases diferentes.

¹⁰⁴⁶ Percentagens sobre o total da população relativas à audiência habitual dos emissores.

¹⁰⁴⁷ Percentagens relativas ao total da população.

A informação da Antena 1 era olhada com algumas reservas: 46,4% dos indivíduos¹⁰⁴⁸ afirmavam ter confiança apenas em algumas notícias, enquanto apenas 35,5% depositavam inteira confiança nos conteúdos informativos¹⁰⁴⁹. A maioria dos indivíduos (54,2%¹⁰⁵⁰) considerava que os temas tratados nem sempre eram importantes e uma percentagem considerável (40%¹⁰⁵¹) afirmava que os entrevistados nas notícias eram sempre os mesmos. A informação da emissora pública não tinha na diversidade de opiniões a sua marca mais distintiva: 20,5% consideravam que essa era uma marca da RR, ao passo que 4,8% a atribuíam à empresa RDP e 27,9% a ambas as emissoras¹⁰⁵². Havia mesmo a percepção de que as versões que eram noticiadas dos acontecimentos políticos e sociais não eram correctas na Antena 1 (43,8%¹⁰⁵³). Apesar das semelhanças entre os resultados obtidos, os noticiários da RR apresentavam índices de isenção e independência ligeiramente superiores. A informação da empresa RDP era considerada mais influenciada pelo governo (25,6%), do que a da RR (4,8). No entanto, a fatia de ouvintes que não sabe é superior a um terço (38,3%)¹⁰⁵⁴. A fatia de ouvintes sem opinião acerca da independência da RDP parece ter diminuído, o que pode resultar de uma maior consciência democrática decorrente da sedimentação das práticas democráticas no nosso país.

Além de não ser reconhecida pela diversidade de opiniões apresentadas em antena, a RDP, não transmitia uma impressão muito vincada das suas emissões¹⁰⁵⁵: 32,8% consideravam que a RR tinha programas muito agradáveis, o que apenas era atribuído à RDP por 22,3% da amostra; a percentagem que não sabe ou não responde era de 55,3%¹⁰⁵⁶. Essa supremacia (57%) de não respondentes ou indivíduos sem opinião mantém-se quando se pretende saber se alguma das emissoras é conhecida por ter programas bem feitos¹⁰⁵⁷. A imagem global da RDP era considerada menos respeitadora dos interesses do público (22,1%) e mais influenciada pelo governo (17,2%) do que a da RR (32,3% e 15,2%, respetivamente)¹⁰⁵⁸. Ainda assim, a falta de convicção dos respondentes acerca da imagem global das estações é relevante pela sua posição maioritária (58,6% relativamente ao respeito pelo

¹⁰⁴⁸ Percentagem referente ao total de ouvintes dos noticiários da Antena 1.

¹⁰⁴⁹ Percentagem referente ao total de ouvintes dos noticiários da Antena 1.

¹⁰⁵⁰ Percentagem referente ao total de ouvintes dos noticiários da Antena 1.

¹⁰⁵¹ Percentagem referente ao total de ouvintes de noticiários na Antena 1 e na RR.

¹⁰⁵² Percentagem referente ao total de ouvintes de noticiários na Antena 1 e na RR.

¹⁰⁵³ Percentagem referente ao total de ouvintes dos noticiários da Antena 1.

¹⁰⁵⁴ Percentagem referente ao total de ouvintes de noticiários na Antena 1 e na RR.

¹⁰⁵⁵ Percentagens relativas ao total da programação e resultantes da soma das opções "RDP"/"RDP+RR" ou "RR"/"RDP+RR".

¹⁰⁵⁶ Percentagem resultante da soma das variáveis "Não sabe" e "Não responde".

¹⁰⁵⁷ Percentagem resultante da soma das variáveis "Não sabe" e "Não responde".

¹⁰⁵⁸ Percentagens sobre o total da população.

público e 68,7% relativamente à influência do governo¹⁰⁵⁹). A amostra reagiu de forma semelhante, relativamente à diversidade de opiniões, à existência de bons profissionais e à prestação de um bom serviço à comunidade: a RDP não se destacava positivamente em nenhum destes aspetos em relação à RR e, em regra, a amostra não tinha convicções ou conhecimento acerca do que lhe era perguntado.

De facto, não se pode afirmar que os programas de rádio tivessem muita notoriedade. O programa mais conhecido (10,2%) era o dos “Parodiantes de Lisboa”. Mas o dado mais relevante é que cerca de 40% dos ouvintes não conhece os nomes dos programas que costuma ouvir¹⁰⁶⁰. Essa tendência articula-se com o facto de os indivíduos da amostra (89,2%) não procurarem informação sobre os programas de rádio, e com a já referida propensão para ligar o rádio na estação em que ele se encontrava sintonizado. A rádio é muito ouvida, mas os ouvintes parecem ter uma posição mais passiva em relação ao que ouvem.

Uma das mudanças mais interessantes resulta na passagem da RR para fonte informativa preferencial (60,8%) de quem escolhia a rádio para se informar sobre o mundo. A RDP era menos escolhida (Antena 1, 33,1%; RC OM, 17,1%; RC OM, 5% e Programa 2 apenas por 1,9%). Como já foi referido, o estudo de 1977 revelava que a RR estava anteriormente mais associada a uma função recreativa e os conteúdos informativos eram mais relevantes nos canais da RDP. Formalmente, os noticiários da Antena 1 eram considerados adequados ao nível da duração (65,2%), com uma linguagem acessível a toda a gente (62,1%) e com uma locução pausada (71,9%)¹⁰⁶¹.

Em meados dos anos 80, as rádios piratas estão no mercado e a RDP está envolvida nessa descentralização. Em outubro de 1986, o Núcleo de Audiência e Opinião da RDP encomenda à empresa Norma um estudo na área da metropolitana de Lisboa. Apesar de não ser um estudo com conclusões generalizáveis à realidade nacional, a sua importância reside na confirmação de atitudes relativas à imagem que os ouvintes tinham da rádio e de algumas estações, bem como à importância das rádios locais no mercado. Além disso, o peso dos ouvintes de Lisboa na audiência da RDP torna os dados relevantes. O ponto de partida da investigação era estudar a programação do dia 17 de setembro, mais concretamente, de uma transmissão especial de futebol¹⁰⁶², no entanto, o estudo foi alargado para

¹⁰⁵⁹ Percentagem resultante da soma das variáveis “Não sabe” e “Não responde”.

¹⁰⁶⁰ Percentagens relativas ao total da população.

¹⁰⁶¹ Percentagens relativas ao total de ouvintes dos noticiários da Antena 1.

¹⁰⁶² O estudo pretendia confirmar se o futebol teria alterado a audiência habitual dos canais, como resultado da maior afluência de ouvintes do sexo masculino. Essa hipótese foi, de facto, confirmada. Os canais tinham mais ouvintes durante as transmissões dos relatos. E a escuta desse tipo de conteúdo era mais atenta do que a escuta da emissão normal. O estudo é, por vezes, omissivo em relação aos valores que servem de base para caracterizar a situação habitual das estações. No entanto, é referido que a audiência aumentou, de facto, nos canais que transmitiram um jogo de futebol (Antena 1, RC OM e RR OM). Na Antena 1 o aumento foi considerável. Além disso, a própria curva de audiência teve um comportamento atípico, mantendo e até superando o número habitual de ouvintes matinais, entre as 14 e as 23.30 horas, altura em que terminou a transmissão. Nessas estações, o auditório foi maioritariamente composto por homens; nos canais que mantiveram a programação habitual, o predomínio foi das mulheres (em situações normais, esse desequilíbrio só se verificaria na Antena 1). Durante o período da transmissão, mais de 70% dos homens que ouviram rádio, escolheram os canais que transmitiam o jogo. O estudo comprovava o elevado interesse

testar opções para futuras pesquisas¹⁰⁶³ de âmbito nacional, nomeadamente quanto à imagem das estações e aos hábitos de vida. O estudo serviu, ainda, para aferir a receptividade da população lisboeta a uma nova rádio local.

O comportamento da amostra relativamente ao meio rádio, revelava que muita gente ainda não sabia distinguir entre a OM e a FM¹⁰⁶⁴. E havia ainda uma dificuldade de identificação dos canais escutados. Torna-se, por isso, difícil de perceber quais as posições relativas entre si dos canais no meio rádio, pois há uma parcela de ouvintes com uma dimensão considerável, que tem preferências indistintas.

Um dos objetivos do estudo era aferir a notoriedade dos programas das estações. Verificou-se que os programas mais correctamente identificados eram os da OM. Porém, e de forma consistente com o estudo de 1981, mantinha-se a dificuldade em identificar os programas ouvidos. Cerca de um terço dos ouvintes da Antena 1 (32%) não sabiam o nome dos programas que ouviam. Este número é elevado, no entanto, deve referir-se que, com exceção dos ouvintes da RR OM, cerca de um quarto dos ouvintes de todos os outros canais não identificavam os programas. Comparando canais e não estações, na Antena 1, os mais reconhecidos nesse dia de transmissão desportiva foram a “Tarde desportiva” e os “Noticiários, o que se verificou pela ação dos ouvintes masculinos. Na RC o desporto também foi o mais identificado, mas havia outros programas com boa notoriedade, como o “Quando o telefone toca” ou o “Graça com todos”, que existiam há mais de 25 anos na rádio e que eram constantes nas preferências do auditório. Na RR, à seguir à “Frente Desportiva” (também com um resultado sobretudo da responsabilidade dos homens) vinham o já histórico “Despertar” ou o “Passeio da Fortuna”, que distribuía prémios. Há, pois, elementos identificáveis para a notoriedade dos programas: o desporto, para os homens; a antiguidade em antena e o benefício do público.

Confirmava-se que o público não tinha uma correcta perceção da estrutura do meio rádio. A RC vinha ganhando uma autonomia identitária e era vista praticamente como uma estação independente da rádio pública, dadas as diferenças entre a sua programação e a dos canais públicos. Isso era visível na própria imprensa¹⁰⁶⁵. A imagem da RDP não era correctamente associada à prestação de serviços comerciais e não comerciais. Contrariamente, a imagem da RR era correcta¹⁰⁶⁶. Isso justificava a habitual distinção e inclusão nos estudos das denominações RDP e RC, como se fossem estruturas independentes.

que os relatos despertavam nos ouvintes masculinos. Os relatos foram, ao longo da vida da RDP uma das marcas da sua programação. A Antena 1 acompanhava com particular pormenor a realidade futebolística em Portugal.

¹⁰⁶³ O estudo alerta para a incorreção que decorre de medir o número de ouvintes ao longo do dia, como se o número de ouvintes disponível fosse sempre igual. Assim, o estudo defende as vantagens da relação entre a audiência real e a audiência disponível, através de um índice de aproveitamento (cf. *Estudo de audiência e opinião na grande Lisboa, 1986, Dossier II*, p. 30; arquivo da RTP).

¹⁰⁶⁴ As percentagens de ouvintes que não conseguiam distinguir as emissões eram próximas e, por vezes até, superiores às dos ouvintes que reconheciam os canais.

¹⁰⁶⁵ O estudo faz referência aos jornais, incluindo exemplos de tratamento noticioso que vão nesse sentido.

¹⁰⁶⁶ Cf. *Estudo de audiência e opinião na grande Lisboa, 1986, Dossier II*, p. 6; arquivo da RTP.

A imagem da Antena 1 era positiva na amostra. No entanto, não o era em tão grande medida quanto a da RC, que ultrapassava igualmente a da RR. Como já foi referido, estas duas estações disputavam taco a taco a liderança do mercado em meados da década. Os perfis das rádios tinham apreciações muito semelhantes, quase paralelas. De uma série de características, as três estações tinham as cotações mais baixas¹⁰⁶⁷ (embora próximas umas das outras) na apreciação da isenção das notícias (entre os 5,5 e os 6) e na quantidade de música portuguesa que transmitiam (entre os 5,5 e os 6). Também se aproximavam na facilidade de sintonia, que atingia o valor mais elevado (entre os 7,75 e os 8). A Antena 1 distanciava-se das restantes sobretudo numa mais baixa variedade da música. Tinha como pontos altos, além das dimensões técnicas, a atualidade das notícias e a garantia de divulgação da informação mais relevante.

Em 1986 as rádios piratas já estão em pleno e têm uma fatia considerável do mercado, sendo ouvidas por cerca de um terço dos portugueses (Azevedo, 2001). São os anos que antecedem a sua regulamentação. Uma das grandes preocupações da RDP era saber se os ouvintes escutavam as estações legalizadas em conjunto com as piratas ou se, por outro lado, estavam a fugir das estações legalizadas para as rádios livres. Importava perceber a diferença entre lógicas de “transferência ou acumulação”¹⁰⁶⁸, o que faria toda a diferença na estruturação da resposta ao mercado. Este estudo revela que, de facto, as rádios locais eram muito ouvidas, sobretudo por homens (37%), jovens até aos 34 anos e com instrução média ou superior (respetivamente, 51,9% e 35,8%). Além disso, os ouvintes não distinguem estas estações das rádios nacionais. Questionados sobre a importância das notícias e a inclusão de notícias sobre o mundo ou a limitação à informação sobre Lisboa, era claro que existia uma expectativa de paralelismo entre os modelos nacional e local.

O estudo revela ainda que os inquiridos explicavam os baixos níveis de audiência da rádio com a incapacidade de conciliação da escuta com os seus afazeres diários e com alguma indiferença ao meio enquanto elemento importante dos seus hábitos¹⁰⁶⁹. A necessidade de a rádio se tornar mais agressiva na sua promoção, de forma a inverter essa tendência para a indiferença, era mesmo incluída no trabalho.

A RDP avança com outro estudo que pretendia avaliar a posição da estação pública em 1989, numa altura em que o mercado estava povoado por estações locais, claramente diferente do que existia no início da década. O estudo recolhia dados em dois campos: o público em geral e os líderes de opinião (designados no estudo por VIP ou segmento minoritário).

Globalmente, a rádio em Portugal tinha conseguido uma imagem positiva no grande público. Era considerada relativamente (59%) ou muito (15%) satisfatória, sobretudo pelo facto de a sua

¹⁰⁶⁷ Médias numa escala de 1 a 10.

¹⁰⁶⁸ Cf. *Estudo de audiência e opinião na grande Lisboa, 1986, Dossier II*, p. 19; arquivo da RTP.

¹⁰⁶⁹ Cf. *Estudo de audiência e opinião na grande Lisboa, 1986, Dossier II*, pp. 3, 23 e 24; arquivo da RTP.

programação ser boa (39%)¹⁰⁷⁰. O segmento VIP partilhava essa perceção da rádio, embora com um grau de exigência ligeiramente superior. A boa imagem da rádio refletia-se nas poucas críticas em relação à programação. O grande público referia sobretudo a falta de programas infantis (50%), humorísticos (47%) e científicos (43%). Além disso, havia publicidade a mais (58% do grande público) na rádio portuguesa. Os líderes de opinião eram mais críticos¹⁰⁷¹. O estudo procurava identificar as características que o público gostaria de ver refletidas na rádio ideal. O grande público considerava que a rádio modelo deveria ter mais música portuguesa (44%) e mais variedade musical (25%)¹⁰⁷². Em regra, não se sugeriam alterações à forma dos noticiários, que eram considerados adequados (37%). O que diferenciava os líderes de opinião era apenas a referência à necessidade de qualidade na variedade musical (32%) e à maior profundidade informativa (46%). Ambos os grupos incluíam na rádio ideal mais programas de humor e mais e melhores programas para os mais novos¹⁰⁷³. Além disso, era realçada a necessidade de os noticiários deverem ser apresentados com honestidade e imparcialidade, sem partidarismos ou manipulação, como tantas vezes acontecia¹⁰⁷⁴. Para ambos os grupos, a vivacidade e a boa disposição na apresentação de programas eram as características mais desejadas numa rádio ideal¹⁰⁷⁵.

Para o grande público, a rádio representava principalmente uma companhia. Por isso, a música era o seu conteúdo preferido (84%). Neste segmento, a rádio era um meio pouco ouvido no transporte diário. Cerca de oitenta por cento dos indivíduos do grande público não a ouviam nos trajectos entre a casa e o trabalho. O segmento dos líderes de opinião ou VIP, como é designado no estudo, por outro lado, não tinha o hábito de ouvir a rádio no trabalho (66%) e no trajecto entre a casa e o emprego (48%). A rádio tinha um lugar diferente na vida deste segmento: metade afirmava que ouvia a rádio, enquanto meio de divulgação e informação, após acordar. Mas para eles, também a música era importante (62%). Os noticiários só se tornavam relevantes quando se encarava o meio como fonte de informação (o que acontece com 54% do segmento maioritário e 70% do segmento minoritário).

Os líderes de opinião realçavam principalmente a dimensão informativa da rádio, embora também a apreciassem pela companhia que proporcionava. Coerentemente, as suas apreciações destacavam os conteúdos mais informativos. Consideravam claramente que havia desporto (64%) e música moderna (50%) a mais na rádio. Ao invés, referiam a escassez de programas de humor (66%), ciência (66%), cultura (64%), dedicados à infância (58%) ou à juventude (52%) e à economia e sociedade (52%).

¹⁰⁷⁰ Percentagem relativa ao total de indivíduos que tiveram uma apreciação favorável.

¹⁰⁷¹ Assinalavam o excesso ou a insuficiência de transmissões de 12 em 17 categorias de programas possíveis.

¹⁰⁷² Sugestões apresentadas espontaneamente pela amostra.

¹⁰⁷³ Sugestões apresentadas espontaneamente pelos dois grupos.

¹⁰⁷⁴ De 21 frases propostas no questionário, esta foi a frase mais vezes referida pelos dois grupos (relativamente ao grande público, a pontuação média foi de 6,09; o segmento VIP apresentou uma média de 6,4 num máximo de 7,00).

¹⁰⁷⁵ Pergunta na qual eram sugeridas previamente frases para possível resposta.

A fidelidade em relação às estações preferidas não era uma característica do auditório radiofónico. A maioria da amostra (ligeiramente mais de metade em ambos os segmentos) afirmava ter uma estação preferida, mas ser capaz de ouvir outros rádios, quando algo não lhes interessava na sua rádio habitual. Cerca de um terço dos dois segmentos não tinha sequer um canal preferido.

O Canal 1 da RR continuava a ser o preferido (21%) do grande público. Isso era ainda mais visível numa altura em que a RC já perdera o vigor do início da década. Em segundo lugar aparecia a nova RFM (14%), seguida da RC (11% na FM e 4% na OM) e da Rádio Cidade (10%)¹⁰⁷⁶. Daqui resulta que o desempenho dos canais da RR era superior ao dos da RDP. A RFM, A RC e a Rádio Cidade dominavam os gostos dos segmentos mais jovens. O Canal 1 só liderava a partir dos 30 anos e a Antena 1 só surgia em terceiro lugar a partir dos 40 anos. A RFM e a RC eram apreciadas, sobretudo, pela boa música que passavam.

A Antena 1 diferenciava-se dos restantes canais por ter uma boa programação (37%, em FM) e pelas notícias. Era o canal mais frequentemente considerado como tendo boa informação (26% em FM e 17% em OM). A Antena 1 era a única estação que tinha menos de 1% de referências como melhor estação. Com valores ainda abaixo do 1%, outros indicadores mostram que a OM não era considerada divertida ou bem-disposta, e que a FM não tinha uma programação diversificada¹⁰⁷⁷.

O segmento VIP preferia a TSF (21%), referindo o Canal 1 e a RC apenas em segundo lugar (15% cada). Apenas no segmento VIP, que era largamente minoritário, a globalidade dos canais da RDP era preferida por uma percentagem de indivíduos superior à parcela que preferia a RR. Este segmento destacava como motivo da sua preferência a boa informação e a boa música¹⁰⁷⁸ e, ainda, o dinamismo e o ritmo¹⁰⁷⁹.

Os programas preferidos continuavam a incluir os clássicos discos pedidos e o humor. Não havia mudança nesse aspeto, em relação aos últimos estudos. No entanto, os programas do horário nobre da manhã, sobretudo o da RR, tinham ganho notoriedade, o que também deve ser associado ao aumento do consumo da rádio nos automóveis. A música calma do fim da noite, no modelo que se viria a tornar um clássico da RFM, também tinha grande sucesso. O programa preferido do grande público era o “Despertar”¹⁰⁸⁰ (32%). Seguia-se o “Oceano Pacífico”¹⁰⁸¹ (22%), o “Quando o Telefone Toca” (22%) e “Parodiantes de Lisboa”¹⁰⁸² (20%). O segmento VIP dividia a sua preferência entre o “Oceano Pacífico”

¹⁰⁷⁶ Valores referentes ao grande público. A posição da Rádio Cidade deve-se à sua liderança na região de Lisboa.

¹⁰⁷⁷ Qualidades apontadas espontaneamente pela amostra.

¹⁰⁷⁸ Qualidades referidas espontaneamente por 30% da amostra.

¹⁰⁷⁹ De entre as frases sugeridas no questionário, a que teve uma pontuação média mais alta.

¹⁰⁸⁰ Programa do Canal 1 da RR.

¹⁰⁸¹ Programa da RFM.

¹⁰⁸² Programa da RC.

(32%), o “Despertar” (28%) e o “Programa da Manhã”¹⁰⁸³ (26%). É relevante notarmos que cerca de um terço da amostra não se lembra de qualquer programa (27% do público em geral e 30% do grupo VIP) ou de qualquer locutor (31% e 26%, respetivamente). Os locutores preferidos eram António Sala (43% do público em geral) e Carlos Cruz (40%, no segmento dos líderes de opinião). Apesar do significado desta parcela, os nomes dos programas eram agora reconhecidos por mais indivíduos do que no estudo de 1981, o que revela um aumento de notoriedade junto do público.

A RDP mantinha alguns problemas relacionados com a sua imagem. Embora 73% do público em geral e a totalidade dos líderes de opinião conhecessem a sigla, apenas uma parte diminuta das amostras identificava correctamente o seu significado: 37% e 30%, respetivamente. O segmento “domésticas” era o que menos conhecia a RDP, o que está relacionado com a sua larga preferência (quase metade do segmento) pelo Canal 1. Com efeito, a RDP quase não tinha um perfil de imagem junto do grande público; tampouco tinha uma imagem definida junto do segmento minoritário¹⁰⁸⁴. Quanto à imagem das estações, a RR e as rádios locais¹⁰⁸⁵ tinham os melhores perfis de imagem junto do grande público. A estação católica era reconhecida, sobretudo, por ter os melhores apresentadores (52%), elevado grau de profissionalismo (45%) e transmitir informações úteis (46%). As rádios locais tinham uma imagem mais definida enquanto estações jovens e modernas¹⁰⁸⁶. A RC tinha uma imagem definida e favorável¹⁰⁸⁷, posicionando-se a seguir à RR e às rádios locais. A Antena 1 apresentava o perfil de imagem menos definido e favorável em qualquer dos segmentos¹⁰⁸⁸, sendo secundada apenas pela RDP no seu conjunto. Os líderes de opinião consideravam que a perfil de imagem da RC e das rádios locais detinham os melhores perfis de imagem, seguidos pela RR. Apenas 4% dos ouvintes do grande público atribuíam à RDP um elevado grau de imparcialidade.

¹⁰⁸³ Programa da Antena 1.

¹⁰⁸⁴ O que resulta da pouca significância de atributos por parte da amostra. Nenhum atributo é identificado por mais de 30% das amostras. O grande público identificava a RDP com os seguintes vetores: empresa pública (25%), elevado grau de profissionalismo (10%), transmissão dos melhores noticiários (14%) e de informações úteis (11%). O segmento VIP destacava a procura da satisfação do público ouvinte (22%) e a ausência de publicidade nas emissões (24%).

¹⁰⁸⁵ Apresentadas no estudo como um conjunto.

¹⁰⁸⁶ Percentagens superiores a 40% no segmento maioritário da amostra.

¹⁰⁸⁷ Com base em percentagens iguais ou ligeiramente superiores a 30%, relativas à procura de satisfação dos interesses do público, elevado grau de profissionalismo, ritmo, diversidade, transmissão da melhor música ligeira, dos melhores noticiários, de informações úteis e à existência dos melhores apresentadores (público em geral).

¹⁰⁸⁸ A transmissão dos melhores noticiários (24%), o elevado grau de profissionalismo (18%) e a transmissão de informações úteis (23%) eram alguns dos aspetos mais atribuídos à Antena 1 pelos indivíduos.

VIII.6.3 | DÉCADA DE 90

Na RDP já havia consciência das mudanças trazidas ao mercado pela instalação das rádios locais. O espaço por estas ocupadas alargava-se. Mas parte da agitação no sector da rádio advinha da proximidade da alienação da RC. A RDP avança, pois, com um estudo de âmbito mais alargado sobre a imagem das empresas de comunicação social em Portugal. O objetivo ia além da análise do sector da rádio, procurando compreender a importância e a imagem de cada empresa e de cada sector no consumo dos portugueses.

De facto, muito havia mudado em cerca de 15 anos. A televisão ganhara a dianteira e a imprensa estava mais presente na vida das pessoas. Na sua nova dimensão europeia, o país passava por grandes mudanças sociais e a economia expandia-se. A importância da comunicação social no quotidiano da amostra era clara: 35% consideravam-na absolutamente indispensável e 59% classificavam-na como indispensável. Quanto mais alta a classe social, mais indispensáveis eram considerados os *media*. A procura de informação era bem vista socialmente. Pouco a pouco, tornava-se uma necessidade. Enquanto a maioria do grande público (59%) considerava os *media* indispensáveis, a maioria (65%) do segmento VIP considerava-os absolutamente indispensáveis. O segmento VIP não só estava mais exposto aos *media*, como tinha prioridades diferentes, visíveis, sobretudo, na ligação à imprensa. Praticamente todos os indivíduos desse grupo liam jornais (99%), viam televisão (93%) e ouviam rádio (92%). O segmento maioritário tinha uma exposição aos *media* diferente: a rádio era o segundo meio mais consumido (82%), atrás da televisão (96%). Quanto à importância atribuída à rádio, a hierarquização dos segmentos também é diferente: o grande público considerava a rádio o segundo meio mais importante, atrás da televisão. Os líderes de opinião consideravam a rádio o quarto meio mais importante, depois da televisão, dos semanários e dos diários¹⁰⁸⁹. Essa mudança na hierarquia resultava da importância dada à imprensa. Para o grande público, a rádio era importante pela atualização informativa¹⁰⁹⁰, pela maior cobertura e pela comodidade de utilização. Os líderes de opinião diferenciavam-se por valorizarem a qualidade da informação.

A marca RDP continuava sem grande notoriedade¹⁰⁹¹, sobretudo no grande público. De acordo com a notoriedade espontânea, a Antena 1 tinha uma maior notoriedade (18%) do que a própria empresa

¹⁰⁸⁹ Resultados obtidos após a atribuição de um *score* médio.

¹⁰⁹⁰ Razões apontadas de forma espontânea.

¹⁰⁹¹ Valores referentes à notoriedade espontânea. Quando combinada com a notoriedade dirigida, apura-se o valor da notoriedade total. E nesse âmbito, o total dos canais da RDP e da própria empresa ultrapassavam os 80% (com exceção da Antena 2, que apenas chegava aos 66%), tornando-se muito próximos dos valores da RC ou da RFM (que era, aliás, ultrapassada pela RDP e pela Antena 1). Ainda assim, a notoriedade total mais alta era a da RR (98%) e da RC (90%). A Antena 1 era reconhecida por 88% da amostra. A diferença de valores entre os dois tipos de notoriedade pode compreender-se pela

pública (13%). Essa tendência era ainda mais evidente no segmento VIP (51%/28%). Uma das diferenças entre os grupos traduzia-se num aumento de notoriedade das estações e num aumento percentual da audição no segmento minoritário. A Antena 2 confirmava-se, claramente, como um canal minoritário, sendo referida apenas por 2% do público em geral, mas por 36% dos líderes de opinião. No que dizia respeito à RC e à RR, as marcas genéricas eram mais fortes do que as dos canais isolados. Aliás, as expressões genéricas eram mais conhecidas do que a soma dos respectivos canais¹⁰⁹², o que é perfeitamente coerente com a incapacidade para distinguir canais que foi verificada em estudos anteriores. As rádios de serviço público não eram as mais conhecidas pelo público em geral. A hierarquização das nomenclaturas mais conhecidas (uma vez mais, há dificuldade na distinção de canais) era: Rádio Cidade, RR, RC, RFM, Canal 1, Antena 1 e RC FM, RDP, RC OM e Antena 2¹⁰⁹³. A RC e a RR eram mais conhecidas que os seus canais. A RDP era menos conhecida do que a Antena 1.

Para o segmento VIP, as estações com maior notoriedade (espontânea) eram a RR (67%), a RC (54%) e a Antena 1 (51%). A RDP era referida por 28% de indivíduos do segmento e a Antena 2 por 36%. Somando as percentagens da notoriedade espontânea com as da notoriedade dirigida, todas as estações ou designações genéricas se situavam acima dos 80%. O grau de conhecimento dos canais católicos era, uma vez mais, superior ao dos canais públicos¹⁰⁹⁴. De facto, a RFM e a RR eram as designações mais conhecidas, atrás da TSF.

Note-se que alguns ouvintes não diferenciavam os canais que escutavam e referiam apenas a escuta da estação sob a designação genérica da empresa. Apesar da falta de exatidão que resulta da apresentação dos dados desta forma, é notória a supremacia dos canais da Igreja, o que era coerente com os estudos gerais de meios.

A RDP e os canais de serviço público tinham pouca penetração no estrato mais baixo da população. A percentagem de ouvintes pertencentes à classe D era residual. A RC (designação genérica) era mais equilibrada, com uma ligeira prevalência das classes C1 e C2. A RC FM também não tinha praticamente ouvintes na classe D. Pelo contrário, esses ouvintes eram maioritários no auditório da RR e do Canal 1 da RR. A maior parcela de ouvintes da RDP (designação genérica) tinha entre 55 e 59 anos. No caso da Antena 1, pode encontrar-se um grupo dominante entre os 30 e os 39 anos. A RC (na sua designação genérica) tinha uma audiência mais equilibrada, entre os 25 e os 59 anos. A RC FM era claramente uma rádio para um auditório jovem. A RR tinha algum equilíbrio na distribuição entre os 30 e os 64 anos,

dificuldade em distinguir as estações, sobretudo da RR e da RC (cf. *Estudo sobre as imagens das empresas de comunicação social, setembro/outubro de 1992, 1º volume*, pág. 9; arquivo da RTP).

¹⁰⁹² A expressão RC era conhecida por 43% do grande público e 54% do segmento VIP; a expressão Rádio Renascença era referida por 57% e 65%, respetivamente. A soma dos canais individualizados da RC atingia os 15% e os 42%, enquanto a soma dos canais da RR perfazia 28% e 54%, respetivamente.

¹⁰⁹³ Numa escala de 1 a 5, em que 5 correspondia a um muito com conhecimento e 1 a um conhecimento apenas do nome, a Antena 1 apresentava um valor de 2,56, a RDP situava-se nos 2,35 e a Antena 2 em 1,98. O valor mais alto era atingido pela Rádio Cidade, com 4,15, seguido da RR com 3,3.

¹⁰⁹⁴ Os *scores* médios relativos ao grau de conhecimento eram superiores nestes dois canais.

mas a maior fatia de ouvintes do Canal 1 estava entre os 55 e os 59 anos. A RFM estava no lado oposto do Canal 1, abarcando as faixas mais jovens que lhe escapavam.

A música era o principal motivo para se ouvir qualquer estação de rádio. Por isso, o que distinguia as rádios eram os motivos secundários. Os noticiários eram bastante apreciados pelos ouvintes dos canais de serviço público. Os ouvintes da RDP (designação genérica), da Antena 1 e da Antena 2, ouviam estas emissões, sobretudo, pela boa música (59%, 55% e 86%, respetivamente). A qualidade da informação distinguia a RDP (30%), a Antena 1 (43%) e a Antena 2 (51%). Só a TSF tinha uma distinção mais alta relativamente à qualidade informativa (69%); mas, ainda assim, inferior à referência à qualidade da música (76%). Com valores inferiores a 30%, mas com algum peso, destacava-se, ainda, a qualidade (geral, sem distinção entre informação e programação) das emissões, nos canais de serviço público. Depois da qualidade musical, a RC, a RC FM e a RFM distinguiram-se pela qualidade geral das emissões. A RC OM e o Canal 1 igualmente pela qualidade geral da programação e por serem um bom meio de distração. A RR era considerada pelos seus programas de qualidade.

O segmento VIP preferia a Antena 1 pela qualidade informativa (81%) e a Antena 2 pela qualidade musical (88%). A música agradável era o segundo atributo referido pelos ouvintes da Antena 1 (71%) e a qualidade informativa era a segunda razão mais referida pelos ouvintes do canal clássico (75%). O resto das características apontadas não atingiam valores expressivos, excetuando a boa distração que a Antena 2 representava (25%). Esta dualidade na identificação das características preferidas (informativa e programação de qualidade) era comum às estações da RC e da RR, sempre com vantagem para a boa informação. O que distinguia as rádios era a importância relativa entre as duas opções. Essas qualidades eram mais equilibradas nos canais da Igreja. A importância da informação de qualidade em relação à boa música era maior nos canais da RC.

Quando confrontados com frases previamente escolhidas, os indivíduos da amostra maioritária¹⁰⁹⁵ revelavam outras faces da imagem da RDP. A agilidade informativa era muito mais atribuída à RR (27%) e até à RC (11%), do que a qualquer dos canais de serviço público. A Antena 1, que tinha a melhor percentagem dos canais de serviço público, era apontada apenas por 6% como sendo a primeira a dar uma notícia. Os canais da RDP não estavam particularmente conotados com uma informação tendenciosa. As percentagens são claras, nesse sentido: RDP, 2%; Antena 1, 2%; Antena 2; 1%; RC, 2%, e RC OM e RC FM sem qualquer referência. A informação da RR era considerada tendenciosa por 8% e a de “todas as rádios” por 11%. A característica mais marcante da Antena 1 era o excesso de programas desportivos (15%). Em seguida, era referida a facilidade de sintonia (11%)¹⁰⁹⁶. Naturalmente a facilidade de sintonia é um aspeto que tem a ver com a cobertura de sinal e não com os conteúdos.

¹⁰⁹⁵ Base: ouvintes habituais de rádio (820).

¹⁰⁹⁶ Ainda assim, a facilidade de sintonia da RC (19%) ou da RR (33%) eram superiores. Esta hierarquização pode dever-se, meramente, às características técnicas de cada uma das redes de difusão.

A RDP e os seus canais de serviço público eram considerados menos abertos ao grande público. A RC (21%) e a RR (43%) eram mais vistas como tendo programas para toda a gente do que a RDP e os seus canais (10%)¹⁰⁹⁷. Os programas de informação da Antena 1 eram considerados bons (10%) e os seus jornalistas também (10%), mas eram-no muito menos do que os da RC e RR (31% e 34%, respetivamente).

Analisando a totalidade das frases propostas e a percentagem de escolhas, verifica-se que os canais de serviço público e a RDP na sua expressão genérica tinham, em regra, valores mais baixos do que as suas estações rivais (incluindo a ainda pública RC). Esta tendência é coerente com a contínua falta de uma imagem muito vincada por parte da RDP e dos seus canais públicos. A imagem da RDP era a mais fraca, sendo menos vincada do que a da Antena 1. Em oposição, a RR era a estação com a imagem mais marcada. O facto de se registarem altos valores na opção “nenhuma rádio” podem “traduzir um desconhecimento real do conteúdo das diferentes rádios ou, pode também corresponder a aspirações”¹⁰⁹⁸ do público.

No segmento VIP, a RDP era associada à facilidade de sintonia (12%). A Antena 1 era igualmente associada a essa característica (22%), mas eram ainda evidenciados a transmissão de bons programas de informação (20%) a boa equipa de jornalistas (18%) e a existência de programas para toda a gente (16%). A característica mais identificada com a Antena 2 era a transmissão de poucos programas desportivos (14%), a facilidade de sintonia e a transmissão de poucos programas para jovens (ambas com 13%). A RC, a RC OM e a RC FM eram também, sobretudo, rádios fáceis de sintonizar (18%, 9% e 14%, respetivamente), com programas para toda a gente (16%, 5% e 11%, respetivamente) e com poucos programas culturais (9%, 5% e 11%, respetivamente). A imagem da RR estava associada, com valores mais expressivos, à facilidade de sintonia, a uma boa equipa de jornalistas, de locutores, à transmissão de programas para toda a gente, à liderança do sector, à boa informação¹⁰⁹⁹. A RFM era associada às mesmas características, embora com valores menos vincados¹¹⁰⁰. O Canal 1 tinha uma baixa identificação com quase todas as características¹¹⁰¹. As únicas estações cuja informação era considerada tendenciosa eram a RR e a TSF (12% em ambas). Porém, a forma diferente de dar as notícias na TSF era uma marca incontestável (57%), assim como a qualidade da sua informação (61%) e a qualidade dos seus jornalistas (59%). Neste segmento VIP, a imagem da Antena 1 era ainda mais vincada do que a da RDP. Mantinham-se os altos valores para a opção “nenhuma rádio”.

¹⁰⁹⁷ Valores totais resultantes da soma das três parcelas de cada rádio.

¹⁰⁹⁸ Cf. *Estudo de imagem das empresas de Comunicação Social – resumo dos resultados*, 15 de fevereiro de 1993; arquivo da RTP.

¹⁰⁹⁹ Expressões escolhidas por percentagens entre os 25% e os 43%.

¹¹⁰⁰ Valor máximo de 30%.

¹¹⁰¹ Valor máximo (facilidade de sintonia) de 11%.

VIII.6.4 | O SÉCULO XXI

Em 2000 a Eurosondagem realizou vários estudos de opinião para a rádio pública¹¹⁰². O problema de imagem da RDP está agora resolvido: a rádio pública é, nesta altura, uma marca bem conhecida das pessoas (92,9% dos indivíduos) e sobre a qual existe uma opinião positiva (69% têm uma opinião boa, 17,7% têm uma opinião razoável¹¹⁰³).

Dentro do universo RDP, a Antena 1 era o canal mais ouvido (76,6% do total da amostra)¹¹⁰⁴. A Antena 3 era o segundo mais ouvido (16,4%) e a Antena 2 era o menos ouvido (4,9%). Havia ainda referência à RDP África, que era ouvida nesta altura (por 1,2%) na região metropolitana de Lisboa. Apenas cerca de um décimo da amostra (11%) afirmava não ouvir qualquer canal público. Nesses casos¹¹⁰⁵, os indivíduos eram, sobretudo, ouvintes da RR (25,9%), da Rádio Cidade (21,4%), da Rádio Comercial (16,8%), da TSF (12,8%), ou da RFM (11,2%). Está, pois, passado o período áureo da Antena 3, voltando a Antena 1 a ser o canal público mais ouvido.

Os ouvintes da Antena 1 distribuíam-se sem grandes desequilíbrios etários a partir dos 15 anos. No entanto, era um auditório com algum grau de envelhecimento. O número de ouvintes crescia em ligação direta com o aumento da idade. Os ouvintes com mais de 45 anos representavam 47,6% do auditório¹¹⁰⁶ e a maior fatia de público (22,9%) estava acima dos 60 anos.

Os ouvintes da Antena 1¹¹⁰⁷ escutavam a estação com bastante regularidade (19,3% faziam-no todos os dias e 40,1%, vários dias por semana). A audição da Antena 1 era feita em casa (47,5%) e no automóvel (47,2%). Este equilíbrio desaparecia em favor do automóvel, nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto e entre os 25 e os 44 anos. Também os homens ouviam mais a Antena 1 no carro do que as mulheres. Essa situação era inversamente verificada em relação à audição em casa. Apenas 3,4% afirmava ouvi-la enquanto trabalhava. O período de maior audiência era a manhã (63,9% dos indivíduos escolhiam esse espaço¹¹⁰⁸).

O canal generalista da RDP gozava de boa imagem nos seus ouvintes (77,6% tinha boa opinião sobre ele e 21,5% tinha uma opinião razoável). Os noticiários (23,9%) e a música (19,9%) eram o produto

¹¹⁰² Além dos dois aqui descritos, foi realizado um terceiro, foi realizado nos concelhos de Amadora, Bragança, Coimbra, Faro e Gondomar, cujas conclusões não foram consideradas relevantes para este trabalho, dada a sua dimensão local.

¹¹⁰³ A base destas percentagens é composta pelo total de indivíduos que conhecem a RDP.

¹¹⁰⁴ A Eurosondagem considerava esta amostra muito representativa.

¹¹⁰⁵ Dos 11% que não ouviam nenhuma, 88,3% ouviam outras estações.

¹¹⁰⁶ Resultado da soma das parcelas “45/59 anos” e “mais de 60 anos”; respetivamente, 22,7% e 22,9%.

¹¹⁰⁷ Os dados referentes à Antena 1 eram relativos aos 76,6% de indivíduos que afirmaram ouvi-la. Isso é válido para todas as estações.

¹¹⁰⁸ Note-se que o questionário apenas permitia escolher um período; assim, o fim da tarde aparece em segundo lugar, com 14,5% das respostas.

preferido dos ouvintes. O programa da manhã, apresentado por Francisco Sena Santos, era uma das bandeiras da estação (sendo o conteúdo preferido por 14,3%).

A diferença entre sexos verificava-se no gosto pelo futebol e pelo desporto, com particular preponderância do sexo masculino.

Este estudo foi idealizado com o objetivo de também fornecer dados sobre as emissões regionais da Antena 1. Os desdobramentos das emissões eram ouvidos por 33,8% dos ouvintes da rádio. As emissões regionais com maior representatividade eram as produzidas a partir do Porto e de Coimbra. Eram ouvidas, sobretudo, de manhã (entre as 10.00 e as 12.00 horas).

A Antena 2 mantinha-se como canal minoritário. Era ouvida por 4,9% dos inquiridos¹¹⁰⁹. Era ouvida por eles, várias vezes por semana (46%), em casa (43%) ou no automóvel (42%). Era um canal que gozava de boa imagem junto dos seus ouvintes (75% tinham boa opinião, 25% tinham uma opinião razoável; os homens tinham melhor opinião do que as mulheres). Os hábitos de escuta dos ouvintes da rádio clássica eram diferentes dos da Antena 1. Havia dois períodos de maior audição durante o dia: a manhã (44%) e a noite (42%). A música clássica (58%) era o principal atrativo das suas emissões. A Antena 2 quase não tinha ouvintes abaixo dos 25 anos. Mais de metade (58%) estavam acima dos 45 anos¹¹¹⁰. Eram, sobretudo, habitantes das zonas metropolitanas de Lisboa (44%) e do Porto (25%). As mulheres representavam apenas um quarto dos ouvintes.

A Antena 3 era ouvida por 16,4% dos indivíduos¹¹¹¹, dos quais cerca de metade (45,7%) a ouviam vários dias por semana. Era maioritariamente ouvida no automóvel (49,6%). No entanto, os homens ouviam-na mais no automóvel e as mulheres mais em casa. A rádio jovem também gozava de boa imagem junto dos seus ouvintes (74,5% tinham opinião boa, 22,5% tinham opinião razoável e ninguém tinha opinião negativa). Os conteúdos preferidos eram o *rock* (35,2%), a música de dança (22,9%) e a música moderna portuguesa (15,6%). Os hábitos de escuta dos seus ouvintes tinham características diferentes dos verificados anteriormente. A escuta era mais equilibrada ao longo do dia, mas tinha como períodos altos a manhã (30,4%), a noite (22,5%) e o fim de tarde (20,7%). Os períodos do *drive time*, representavam, de facto, mais de metade das escolhas da amostra. O auditório da Antena 3 correspondia ao perfil da estação: 73,2% dos ouvintes tinham menos de 44 anos¹¹¹².

Complementando o estudo sobre a imagem global da RDP, foi realizada uma pesquisa¹¹¹³ sobre a RDP África. O perfil do entrevistado era "atípico"¹¹¹⁴, dado o predomínio dos homens e dos jovens¹¹¹⁵.

¹¹⁰⁹ A Eurosondagem considerava esta amostra relativamente reduzida.

¹¹¹⁰ Resultado da soma das parcelas "45/59 anos" e "mais de 60 anos"; respetivamente, 33% e 25%.

¹¹¹¹ A Eurosondagem considerava esta amostra representativa.

¹¹¹² Resultado da soma das parcelas "15/24 anos", "25/34 anos" e "35/44 anos"; respetivamente, 30%, 22,5% e 20,7%.

¹¹¹³ Erro máximo da amostra 4,2%, para um grau de probabilidade de 95%

¹¹¹⁴ Cf. *Estudos de Opinião Eurosondagem RDP 2000*, p. 3; arquivo da RTP.

Foram realizadas entrevistas a 525 indivíduos de origem africana, de língua portuguesa, com mais de 15 anos e residentes na zona metropolitana de Lisboa. Do estudo conclui-se a imagem favorável que o canal tinha junto dos ouvintes (86,6% tinham opinião boa ou muito boa). A RDP África era ouvida, sobretudo à noite e em casa. Os seus ouvintes preferiam as notícias, a música e o Programa Debate Africano¹¹¹⁶.

VIII.6.5 | NOTAS FINAIS

Antes de articularmos as dimensões dos nossos estudos nas conclusões finais da investigação, destacamos algumas das ilações mais relevantes acerca destes últimos estudos.

É verdade que os ouvintes não tinham uma opinião muito firme sobre as rádios que ouviam. Os nomes das estações, dos programas, a própria diferença entre FM, AM, rádios locais ou rádios nacionais não lhes era muito perceptível. Embora isso fosse geral, a RDP teve durante anos um grave problema de imagem perante os ouvintes da rádio. Era menos reconhecida que as suas concorrentes, o que se pode explicar através da constante mudança na empresa de administrações e da denominação de canais, bem como da criação de emissões regionais com complexos desdobramentos, da convivência de um sector comercial interno, ou ainda pelo facto de ser uma rádio considerada mais fechada.

Os canais de SP não tinham uma boa penetração nos estratos sociais mais baixos. De facto, a RDP constituiu-se como uma rádio da classe média, reconhecida por algumas características genéricas e pela sua informação. Apesar disso, nem a agilidade de informação nem a independência eram características definidoras da RDP.

¹¹¹⁵ A Eurosondagem admite a possibilidade de tal perfil corresponder à realidade da comunidade africana na capital.

¹¹¹⁶ Cf. *Estudos de Opinião Eurosondagem RDP 2000*, p. 9; arquivo da RTP.

CONCLUSÕES

O sistema audiovisual português é constituído por um núcleo de SP (Raboy, 1997). A rádio oficial do Estado Novo, que surgiu na década de 30 do século passado, deu posteriormente origem a uma empresa com preocupações de SP em regime de duopólio. Nos anos 80, a rádio pública enfrenta a crise da liberalização do mercado, que afetou grande parte dos mercados europeus. Porém, a particularidade do caso português reside no facto de esta não ser a primeira crise do operador público. Antes de chegar a concorrência já a RDP estava em crise, como resultado da sua desordenada e artificial criação. Verifica-se uma alteração das causas, mas a crise já se regista num *continuum* desde 1975. A solução para as causas desses problemas iniciais demorará anos a ser implementada. Porém, a crise da partilha do mercado, também se reveste de algumas particularidades resultantes da inusitada ligação da RDP ao mercado, através de uma estação comercial. Por isso, a particular crise que atinge a RDP nos anos 80 teve uma dupla dimensão: primeiro, resultou da perda de audiência e de receitas devido às rádios piratas; mas depois prolongou-se devido à amputação da RC, que era o canal responsável pela maioria dos ouvintes da estação. A estes dois problemas a RDP tentou responder, mas sem grande sucesso.

Embora a RDP consiga resultados financeiros relevantes mais cedo, pode dizer-se que ela só se estabiliza globalmente enquanto operador de serviço público, com a alienação da RC, em 1993. Até lá, vive grandes problemas organizacionais, financeiros e tenta encontrar-se numa forma precoce do que Padovani e Tracey (2003) chamaram de estratégia de compensação, isto é, um equilíbrio entre a sua vocação de serviço público e a sedução do mercado. Pegando na classificação de Jakubowicz (2010), a RDP 1.0 dura até 1993. A sua versão 2.0, apostada na modernização, na digitalização e nas novas formas de gestão começa então e prologa-se, durante cerca de dez anos. Não se pode dizer que a rádio pública portuguesa tenha vivido a crise que, segundo Søndergaard (1996), resultou da entrada do SPRT nas novas plataformas. Na realidade, a segunda crise da rádio pública não surgiu por um questionamento concetual acerca do seu posicionamento, mas sim por razões económicas e políticas: a degradação financeira da RTP e a conseqüente reforma do sector audiovisual público.

Partindo dos dois estudos presentes no nosso trabalho, concluímos então que o crescimento da rádio pública foi feito com base na resolução dos problemas criados com a nacionalização. Quanto mais longe nos encontramos da RDP recém-nacionalizada, mais perto estamos de uma rádio pública de acordo com a tradição europeia. Para chegar a essa meta, a RDP teve de resolver várias das heranças da nacionalização: 1) o sobredimensionamento de funcionários e bens; 2) a oferta não estruturada de canais; 3) o poder tutelar e diretivo do estado; 4) a falta de um modelo de financiamento estável e potenciador da independência em relação ao estado; 5) a falta de um modelo no qual existisse uma

representação da sociedade, em vez de um reflexo do governo; 6) a falta de uma imagem definida; 7) a tentação das receitas publicitárias e a inusitada existência de uma estação comercial; 8) o peso genético simbólico de décadas ao serviço do estado.

Analisando estes oito pontos, o sobredimensionamento de pessoas e bens foi o legado mais pesado e o que demorou mais tempo a resolver. Efetivamente, a RDP nasceu como um artifício administrativo de proporções gigantescas. Mas as dezenas de imóveis que a rádio pública passou a ter, não representaram um desafio tão grande quanto o que foi imposto pelos seus 2600 funcionários iniciais. Um enquadramento que compatibilizasse a presença de funcionários públicos e privados, mas, sobretudo a necessidade de redução de efetivos, foram prioridades que influenciaram os mandatos de sucessivas administrações. Ainda com funcionários públicos, a RDP chegou ao novo milénio com menos de mil trabalhadores. A redução de efetivos e o redimensionamento da empresa foram elementos que, transversalmente caracterizaram os cerca de 30 anos de vida da RDP.

Além do excesso de trabalhadores e imóveis, a rádio nacionalizada passou a ter vários canais, que simplesmente foram acumulados. Na segunda metade da década de 70, embora sem uma política articulada de programação entre os seus muitos canais, a RDP dominou, claramente, o mercado radiofónico. Face à concorrente RR, a RDP tinha até uma imagem mais favorável, o que se refletia numa maior audiência. Foi nesta altura que o canal público generalista começou a destacar-se pela sua vertente informativa, à qual se juntavam os conteúdos desportivos¹¹¹⁷. Essa tornou-se na imagem de marca da futura Antena 1. Porém, o crescimento da concorrente RR começa nesta altura e será imparável. Até aos primeiros anos da década de 90, a RDP não tem uma oferta estável e estruturada de canais.

É ainda em 1976 que se começa a falar de rádio de SP em Portugal. É nesses estatutos da RDP que, pela primeira vez, surge a preocupação com ideais democratizantes e com a definição de mecanismos que garantam a independência face ao poder político e a representatividade social. No entanto, muitos desses mecanismos nunca saíram do papel. Sem almofadas que o impedissem (Price e Raboy, 2003), a tradição da rádio pública, segundo a frequente denúncia de políticos, dirigentes da RDP e *opinion makers*, construiu-se em torno da dependência governamental, sobretudo até meados dos anos 90. Essa tradição não é distinta do que se passou (e passa) em muitos países europeus (Corner *et al.*, 1998). Em Portugal, os fatores que mais terão contribuído para tal, foram a instabilidade no financiamento e a forma de nomeação dos conselhos de administração. Ambos os fatores mudaram, de forma a potenciar a autonomia da rádio, na segunda metade dos anos 90. Nesse sentido, devem identificar-se o acordo celebrado com o governo em relação aos aposentados da EN, o reforço das competências do CO na eleição da administração e a posterior definição da taxa enquanto única fonte

¹¹¹⁷ A forte vertente desportiva justifica, na nossa opinião, o tradicional maior peso do segmento masculino na audiência da Antena 1.

de financiamento da empresa, em 1999 (de acordo com o primeiro contrato de concessão assinado com o estado).

Essa ideia de independência é uma das características nucleares da concepção de serviço público na comunicação social. Como constatámos, embora a RDP não tivesse sido conhecida pela sua independência, também não era maioritariamente considerada uma estação debaixo de controlo ideológico. E esta última imagem podia, perfeitamente, ter-se desenvolvido, se olharmos para a forma como durante o PREC, a EN continuou o seu papel de megafone ideológico. Durante esse ano e meio, a EN refletiu a instabilidade política do país, ecoando, à vez, as convicções dos vários atores da contenda. Nesta altura, a estação constituiu-se como uma rádio de experiências, de divulgação política e de conflitualidade e confusão internas.

A atribuição ideológica que assolou as estações no PREC não tornou a audiência demasiado cautelosa em relação à independência política e ideológica das estações, nos anos seguintes. De facto, uma percentagem muito relevante (por vezes a rondar a metade) das amostras não tinha opinião sobre o controlo político da rádio pública. Os seus ouvintes chegavam a desejar que a rádio fosse mais interpretativa na apresentação da informação. Efetivamente, isto mostra que os portugueses demoraram a desenvolver uma cultura democrática. Existia, em regra, algum alheamento em relação à análise crítica do posicionamento político da rádio pública. Na verdade, nota-se um progressivo e lento aumento de consciência dos ouvintes em relação à isenção das estações de rádio a partir dos anos 80. O processo tem um claro paralelismo no que aconteceu recentemente na Europa de leste (Vartanova e Zassoursky, 2003). Ou seja, existe uma clara relação de mutualismo entre a maturação das democracias e dos respetivos *media* públicos (Price e Raboy, 2003). De todo o modo, apesar de não ser das características mais vincadas da RDP, como dissemos, no início da década de 80, a rádio pública é considerada menos independente do poder político do que a RR, o que contribui para justificar a nossa referência à tradição de controlo político na RDP.

Porém, o problema da RDP era mais amplo, nesta altura. Situava-se ao nível da própria notoriedade da empresa. A RDP revelou um forte problema de imagem e não demorou muito até que a RR se tornasse mais reconhecida do que ela. A instabilidade nas denominações dos canais da rádio pública poderia explicar a dificuldade que existia no reconhecimento das marcas da RDP. No entanto, se atentarmos aos resultados obtidos para outros canais, constatamos que o fenómeno não se circunscrevia à rádio pública. A rádio e os seus programas têm, neste período, dificuldades em passar uma identidade sólida ao seu auditório. As suas marcas estão ainda em construção. A passividade ao nível da escolha, que caracterizava a audição tinha reflexo na fraca identificação de programas e estações. Além disso, havia uma longa tradição de escuta limitada a poucas estações. A cultura da liberdade de consumo ainda não se instalara. Existia, por isso, a percepção, junto das direções, de que a rádio pública se deveria tornar mais agressiva na sua promoção.

A divisão interna da rádio pública em sectores comercial e de serviço público contribuía igualmente para esta tendência, ao não ser compreendida com exatidão pelo público, que tomava a RC como uma

entidade independente. Daqui resultava uma imagem errada acerca da RDP, ao contrário do que sucedia com a RR. Estes problemas de imagem da RDP prolongaram-se até aos anos 90. Nos primeiros anos dessa década, a dificuldade que o público tinha em definir o perfil da rádio pública era tal que a Antena 1 era mais facilmente reconhecida do que a marca RDP. Esse problema só é resolvido na segunda metade da década, quando a imagem da RDP atinge elevada notoriedade. Ao virar o século, a empresa será já conhecida por quase todos os portugueses, que têm sobre ela uma boa opinião, contrariando a imagem de pouca abertura que vinha do início da década. Essa melhoria é paralela à estabilização da sua independência financeira e administrativa. Poderíamos atribuí-la à solidificação de valores associados ao *ethos* do SP e à sua utilização como estratégia de *branding* (Biltereyst, 2004; Lowe e Palokangas, 2010; Tait, 2008; Wessberg, 2005), no entanto, não temos dados que nos permitam estabelecer essa relação direta. De todo o modo, a boa imagem da RDP é o corolário de um ciclo positivo na empresa, no âmbito do qual a empresa se vai agilizando e redimensionando, à imagem do que outros organismos europeus faziam, de acordo com as novas exigências da gestão pública. Esse ciclo começa com a reestruturação e renovação da administração de Soares Louro, passa pela política de recuperação de ouvintes da administração de Arlindo de Carvalho e culmina na administração de José Manuel Nunes, que fica marcada pela política de reforço da independência da estação tanto ao nível da administração, como da produção de informação¹¹¹⁸. O que ressalta neste período é, precisamente, a complementaridade de prioridades: a organização, os ouvintes e a independência.

Um dos momentos mais importantes para a definição de uma política de serviço público que pudesse ser corretamente reconhecida pelos portugueses, ocorreu em 1993, quando a RDP termina com uma realidade *sui generis* que herdou da nacionalização: uma dupla sedução pelos princípios de SP e pelas receitas do mercado, configurando o tradicional acantonamento de muitos operadores, indecisos entre o comércio e a cultura (Steeemers, 1999). De facto, embora isso nunca tenha sido consensual, a RDP manteve uma privilegiada situação no mercado, beneficiando de receitas publicitárias e financiamento de natureza pública. A RC, que desde cedo se destacou pela sua dinâmica, nomeadamente através da FM, foi uma fonte de receitas e criatividade que a RDP nunca quis perder. A FM da RC acabou mesmo por ser a locomotiva da mudança de hábitos em Portugal. Afinal, foi o sucesso deste canal dinâmico e urbano que alavancou a obsolescência da OM. A venda da RC, embora tenha penalizado os níveis de audiência da RDP, foi uma inevitabilidade que acabaria por contribuir para uma lenta solidificação da marca do SP, e para o fim de uma ambiguidade nascida de forma contranatural.

Um último fator deve ser referido, no âmbito desta procura pela estabilização da oferta de canais, da imagem e do posicionamento no mercado. Trata-se da aventura da regionalização da RDP. Quando termina a década de 80, as estações locais estão implantadas no mercado radiofónico, apesar de muitos ouvintes ainda não terem percebido a especificidade das suas emissões. A rádio é um meio bem visto

¹¹¹⁸ Não há, no entanto, dados que permitam aferir com absoluta certeza a existência de uma relação causa efeito entre estas duas realidades.

na população portuguesa, mas os ouvintes parecem saber pouco sobre esse meio discreto e onnipresente (Lewis, 2000; Pease e Dennis; 1995; Scannell, 1995; Winocur, 2005). As novas estações locais da rádio pública, que vieram responder à fragmentação do mercado, estão em plena produção. As diversas emissões de proximidade criadas pela RDP tiveram um pico de produção no final desta década. A partir daí, vão decrescendo até desaparecerem, antes do meio da década de 90. Lentamente, as próprias emissões regionais serão diminuídas, até à sua expressão mínima, já no seio da Rádio e Televisão de Portugal. As emissões de proximidade, que nos anos 80 eram defendidas com todo o vigor, duraram 20 anos, findos os quais foram reduzidas a uma hora diária a partir dos centros regionais. Entendemos o seu aparecimento como fruto de um contexto particular: o peso crescente das autarquias, o excesso de funcionários da RDP e a possibilidade de geração de receitas. Por outro lado, entendemos a sua diminuição dentro do operador integrado, como resultado de uma política interna que procura a unidade de uma única emissão, em detrimento de uma proximidade que possa resultar na fragmentação da programação. Porém, o que estas duas ordens de razões nos levam a concluir é que a existência de emissões de proximidade resulta mais de fatores organizacionais e financeiros, do que de uma ideia de criação de valor social.

Assim, a imagem da rádio pública foi-se construindo, a par com o próprio desenvolvimento da democracia portuguesa. Foi ainda nos anos 80 que a RDP se estabeleceu como uma estação da classe média. Ao mesmo tempo, a Antena 1 foi vendo o seu auditório tornar-se mais envelhecido. Era o reflexo das suas tradicionais linhas de programação enquanto canal generalista (à imagem do Canal 1 da RR). O realinhamento etário foi, posteriormente, uma das prioridades da nova gestão da rádio pública, já no século XXI. Ao longo dos anos, a RDP foi sendo reconhecida por razões técnicas ou genéricas, como a facilidade de sintonia, ou a qualidade geral da sua programação. Mas, aos poucos, a vertente informativa da Antena 1 torna-se no pilar mais sólido da imagem dessa rádio pública. No entanto, a RDP nunca foi conhecida pela agilidade da sua informação.

Ao nível das audiências, quando a posição dominante que resultou da nacionalização se esvaiu, a RDP começou, paulatinamente, a perder terreno para a RR. Essa tendência só foi invertida em meados dos anos 80, com a mudança de programação na Antena 1 e com o período áureo da RC. Em meados da década, a RDP coloca-se mesmo à frente da emissora católica no mercado radiofónico. Mas, será, efetivamente, um breve canto do cisne. Na convulsão desses anos, instalam-se as rádios piratas (Azevedo, 2001). O mercado radiofónico e as receitas publicitárias fragmentam-se. A RR lança a RFM e o mercado é completamente transformado. As rádios piratas vêm desferir um rude golpe no desempenho da RDP, que crescia, ancorada nas emissões comerciais. Tanto a rádio pública como a rádio católica perderam quota de mercado. Mas a RDP foi claramente mais afetada, sobretudo com o declínio da RC, na passagem para os anos 90. Nessa altura, a Antena 1 volta a ser o principal motor do desempenho da RDP. Depois da alienação da RC, a RDP só voltou a ter um ânimo momentâneo ao nível das audiências, com o lançamento do seu canal jovem. Mas a Antena 3 não manterá o seu desempenho inicial por muito tempo.

Já no ano 2000, com um auditório envelhecido, a Antena 1 estava alicerçada em dois pilares, que eram, no fundo, parte considerável da sua identidade desde o final dos anos 70: a música e a informação. A essas duas, juntava-se outra marca que, embora já antiga e reconhecida, ganhou particular relevo na emissão durante os anos 90: o desporto. Mas a RDP nunca recuperou da perda da RC. A rádio pública portuguesa não é uma rádio com boa audiência, quando comparamos a sua fatia do *share*, com as realidades dos operadores públicos europeus. O mesmo acontece, aliás, com a penetração *online* do seu serviço, já dentro do modelo integrado. Em 2002, as audiências da RDP estão claramente atrás das da RR, cujos dois canais dominam o mercado.

Olhando, pois, para estes 30 anos, é muito evidente que o serviço público de rádio português não nasce do nada. Ele herda quatro décadas de subserviência política, para além de todo o lastro de uma cultura organizacional própria - aliás, comum a muitos serviços semelhantes que, na Europa, eram considerados pesados e burocráticos (Biltreyst, 2005). Começou como operador estatal preso à manipulação ideológica e reinventou-se enquanto operador público num mercado aberto. Esse processo demorou cerca de 20 anos, mas operou transformações firmes. Aos poucos, a RDP mudou. Agilizou-se, de forma perfeitamente enquadrada nas tendências europeias de renovação da gestão pública (Ferlie, Linn e Pollitt, 2005; McDonough, 2006; Nosbonne, 2008;). Assim, conseguiu superar essa crise de identidade perante os portugueses e desenvolveu uma imagem associada a valores como a informação e a confiança, caraterísticos do *ethos* do SP.

A RDP conseguiu estabilizar-se mais cedo do que a televisão pública. E é precisamente enquanto organismo estável, independente, com uma boa imagem junto dos portugueses, e em plena vanguarda da digitalização, que é engolido por um processo de reestruturação do sector público de comunicação social. Recorde-se, porém, que apesar da situação confortável da RDP, a rádio pública não era uma rádio de bom desempenho ao nível das audiências. E esse foi um dos argumentos usados para o início da reestruturação, embora não tenha sido, à partida, uma das prioridades da renovada empresa, mais preocupada em reposicionar os seus canais.

As causas que levaram a esse desfasamento entre a rádio e a televisão resultaram de problemas financeiros. Com efeito, foi o fim da taxa para o financiamento da televisão que impediu que a RTP conseguisse a estabilidade que a RDP atingiu. A segurança e a estabilidade de um método de financiamento mostraram-se essenciais, quer para o planeamento a mais longo prazo, quer para o desenvolvimento de independência face ao governo e, conseqüentemente, para a criação de uma imagem mais sólida junto dos cidadãos (EBU, 2000 Picard, 2001). A RDP conseguiu-o. Mas o perfil de estabilidade da rádio não chegou para que o serviço público de comunicação social em Portugal fosse uma construção madura na viragem do milénio. O peso económico, político e social da televisão era demasiado. Não temos dados que nos permitam afirmar se a RDP poderia ou não fazer o mesmo, ou mais, com menos dinheiro. Podemos, isso sim, afirmar que o todo foi tratado como uma parte e que a rádio ajudou a combater o problema da televisão.

A forma como o governo resolveu o braço-de-ferro travado com os Conselhos de Opinião em 2002, demonstrou que o SPRT é importante, mas não a qualquer custo. Como vimos, a racionalização dos custos faz parte da gestão moderna do SP (McDonough, 2006; Nosbonne, 2008), uma vez que a qualidade não se mede apenas através do *output* de conteúdos. Mas o SP de tradição europeia está no mercado e para além dele. Será sempre redutor discutir reformas que privilegiem o contribuinte em detrimento do cidadão, se essas discussões ignorarem conceitos como a independência ou a representação social. No caso português, a participação da sociedade na gestão do operador foi tida como um estorvo perante essa nova prioridade. O governo considerou que só uma autonomia governamental na nomeação direta dos responsáveis permitiria a reestruturação do SPRT. Com o desaparecimento do Conselho de Opinião, tal como ele existiu na segunda metade dos anos 90, o SP português distanciou-se definitivamente de modelos de autonomia formal (Mooney, 2004; Nissen, 2006) como o inglês ou alemão. De facto, não existe uma almofada entre o poder político e o operador público, tal como seria desejável (Nissen, 2006).

Outra das evidências que o século XXI nos trouxe foi a instabilidade trazida pelo facto de o SPRT em Portugal não assentar num consenso político, mas sim numa maioria. É isso que faz com que a privatização (em regra) parcial pairasse sobre ele constantemente, consoante os resultados eleitorais. Essa instabilidade justifica o facto de, enquanto outros países debatem questões relacionadas com a digitalização e os novos terrenos do SP, em Portugal se questionar apenas a sua privatização e o seu peso económico. De facto, se olharmos para trás, vemos que, em Portugal, foram raros os momentos em que houve estabilidade para planear a prazo o futuro do SP de rádio.

Não se deve entender esta tendência que mudou o SP de radiodifusão português como um impulso ideológico, tradicionalmente conotado com as governações neoliberais. Entendamo-la, sobretudo, como um sinal dos tempos. A prosperidade económica dos anos 90 deu espaço de manobra ao SP de rádio para que, dentro das regras e dos contextos existentes, atingisse a estabilidade. Mas essa estabilidade foi considerada anacrónica e esbanjadora. O SP tem o seu lugar enquanto instrumento cultural na nova sociedade portuguesa, mas dentro de limites orçamentais muito restritos. Não será um paradoxo pensar que sem a prosperidade económica dos anos 90, não será possível voltar a colocar a tónica nos valores de democracia e cidadania. O que o caso português nos mostra é que, por cá, tal como na Europa, a dimensão cultural do SPRT deixou de ser prevalente na gestão dos operadores. É a dimensão económica que alavanca a procura do valor público (Van Cuilenberg e McQuail, 2003). O estado inverteu a sua tendência anterior e tornou-se mais interventivo nas políticas de comunicação social pública.

A discussão sobre o alargamento da missão do SP no contexto multiplataforma é escassa. As emissões digitais terrestres estão num impasse e, por agora, apenas a internet é uma certeza, precisamente porque é barata (Banerjee e Seneviratne, 2005) e porque a sua penetração no país está a aumentar. O modelo integrado do novo operador de rádio e televisão pública é potencialmente benéfico para a produção para novas plataformas. Mas a realidade ainda é outra: o consumo da rádio ainda é muito tradicional, no nosso país.

Atualmente, o SP português enquadra-se no chamado modelo *full portfolio* (Bardoel e d'Haenens, 2008a; EBU, 2002). A multiplicidade de plataformas e produtos é uma realidade, bem como o cruzamento de conteúdos áudio e vídeo, em articulação com as redes sociais. O SP de rádio personifica o que Cordeiro (2011) apelida de "r@adio". O operador tem adequado o seu fluxo de trabalho a uma filosofia multiplataforma, adotando um posicionamento aberto que lhe permitirá manter-se relevante perante os novos hábitos de consumo. Aliás, o SP de rádio implementou muitas das estratégias associadas às boas práticas dos operadores no contexto europeu: a presença em todas as plataformas, a diferenciação da sua marca, o abandono da dependência de um canal generalista, bem como a divulgação e a popularização do seu acervo de conhecimento (Thomass, 2002)

No entanto, não existe qualquer questionamento do setor, ou dos cidadãos, quanto a alguns dos serviços que o SP disponibiliza. Embora a rádio seja exclusivamente financiada pela taxa, a sua marca e os seus produtos são usados *online* para angariar publicidade que financia toda a empresa. Mas não se trata apenas de o *site* da rádio pública ter agora publicidade. Trata-se de a rádio pública oferecer canais online, financiados pelos cidadãos, que não se distinguem de outras propostas do mercado, como é o caso do canal temático dedicado ao fado. Um teste de valor público do serviço como o que existe em Inglaterra (Coyle e Woolard, 2010; Prosser, 2007), permitiria, num mercado tão restrito, um canal desta natureza? Ou seja, em Portugal prevalece a perspetiva segundo a qual tudo é legítimo, relativamente à entrada do SP nas novas plataformas (Jakubowicz, 2007). Neste momento, nada parece afrontar a possibilidade de a RTP ter uma posição compreensiva (D'Haenens *et al.*, 2011) em relação ao mercado.

Os caminhos da digitalização são, por agora, uma garantia de a rádio se manter relevante no futuro. Uma garantia de manutenção de uma ligação às pessoas, cujos hábitos são cada vez mais caracterizados por consumos não lineares. Como referem Stavitsky e Avery, "a public broadcasting system that is important in the lives of people will be supported by these people" (2003: 145). E para o SP ser importante na vida das pessoas, ele tem de se aproximar delas e das suas expectativas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AA.VV. 1996. Le Service Public en Crise (1) Questions en Débat. *Sciences de la Société*. Octobre 1996. Toulouse: Presses Universitaires du Mirail.
- ACHILLE, Y., B. MIÈGE. 1994. The Limits to the Adaptation Strategies of European Public Service Television. *Media, Culture and Society*. 16 (1), pp. 31-46.
- ADORNO, T. W. 2003. *Sobre a Indústria da Cultura*. Coimbra: Angelus Novus
- AHLKVIST, J. A. 2001. Programming Philosophies and the Rationalization of Music Radio. *Media, Culture & Society*. 23, pp.339-358.
- AHLKVIST, J. A., R. FAULKNER. 2002. "Will This Record Work for Us?": Managing Music Formats in Commercial Rad. *Qualitative Sociology*. 25 (2), pp. 189-215.
- ALA-FOSSI, M. 2005. Culture and Quality in Broadcast Media. In: G.F. LOWE, P. JAUERT, eds. *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg: Nordicom. pp. 37-57.
- ALA-FOSSI, M., S. LAX, B. O'NEILL, P. JAUERT, H. SHAW. 2008. The Future of Radio is Still Digital - But Which One? Expert Perspectives and Future Scenarios for Radio Media in 2015. *Journal of Radio & Audio Media*. 15 (1), pp. 4-25.
- ALLISON, J. W. F. 1996. *A Continental Distinction in Common Law – A Historical and Comparative Perspective on English Public Law*. Oxford: Oxford University Press
- ALM, A., LOWE, G. F. 2003. Outsourcing Core Competencies? In: G. F. LOWE, T. HUIJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp 223-235.
- AMARAL, S., G. CARDOSO, R. ESPANHA. 2006. As Rádios Portuguesas e o Desafio do (on) line. Working Report. [online]. Obercom. [Acedido em 10/03/2009]. Disponível em: http://www.obercom.pt/client/?newsId=254&fileName=wr3_radio_revisto_gustavo_rita_pdf_pat.pdf.
- APOSTOLIDIS, P. 2002. Scanning the 'Stations of the Cross': Christian Right Radio in Post-fordist Society. In: M. HILMES, J. LOVIGLIO, eds. *Radio reader: essays in the cultural history of radio*. New York: Routledge, pp. 461-484.

ARAÚJO, V. 2009. *A Sociedade em Rede em Portugal 2008* [online]. Lisboa: Obercom. Acedido em 10/09/2011]. Disponível em: www.obercom.pt/content/616.np3.

ARBOLEDAS, L. 2008. *La Industria Radiofónica en Andalucía: Dependencia Económica y Control Político (1982-2008)*. Tesis Doctoral, Facultad de Comunicación y Documentación, Universidad de Granada.

ARMSTRONG, M. 2005. Public Service Broadcasting. *Fiscal Studies*. 26 (3), pp. 281-299.

ARNHEIM, B. 1971. *Radio*. London: Faber & Faber.

ATKINSON, D. 1997. Public Service Television in the Age of Competition. In: D. ATKINSON, M. RABOY, ed. *Public Service Broadcasting: The Challenges of the Twenty-first Century*. Paris: Unesco Publishing, pp. 19-73.

AUBRY, P. 2010. Switzerland: Reception Charges also Apply to Households with ADSL Connection or Clock Radio. In: S. Nikoltchev, ed. *Iris Plus 2010-4. Public Service for Media: Money for Content*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, pp. 37-38.

AVERY, R.K. 2005. Public Service Broadcasting: Comparing the United States and European Experience. In: G.F. LOWE, P. JAUERT, eds. *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg: Nordicom, pp. 199-209.

BAER, W. 2010. Future Directions for US Public Service Media. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp 258-272.

BAISNÉE, O. 2007. The European Public Sphere Does Not Exist (at Least it's Worth Wondering...). *European journal of communication*. 22 (4), pp. 493-503.

BAMBERGER, M. 1997. *La Radio en France et en Europe*. Paris: Presses Universitaires de France

BANERJEE, I. e K. SENEVIRATNE. 2005. *Public Service Broadcasting: A Best Practices Sourcebook*. Paris: UNESCO.

BARATA-FEYO, J. M. 2002. *RTP: O Fim Anunciado*. Lisboa: Oficina do Livro.

BARDOEL, J. L. D'HAENENS. 2008a. Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities Practices and Reflections from the Netherlands. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 14 (3), pp. 351-360.

- BARDOEL, J., L. D'HAENENS. 2004. Media Meet the Citizen Beyond Market Mechanisms and Government Regulations. *European Journal of Communication*. 19 (2), pp. 165-194.
- BARDOEL, J., L. D'HAENENS, A. PEETERS. 2005. Defining Distinctiveness: In Search of Public Broadcasting Performance and Quality Criteria. In: G.F. LOWE, P. JAUERT, eds. *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg: Nordicom, pp. 57-79.
- BARDOEL, J., L. D'HAENENS. 2008b. Reinventing Public Service Broadcasting in Europe: Prospects, Promises and Problems. *Media, Culture & Society*. 30 (3), pp. 337-355.
- BARNETT, S. 2004. Which End of the Telescope? From Market Failure to Cultural Value. In: J. COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 34-45.
- BARWISE, P. 2004. What Are the Real Threats to Public Service Broadcasting? In: J. COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 16-34.
- BAUDRILLARD, J. 1995. *A Sociedade do Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- BBC. 2004. Building public value: Renewing the BBC for a digital world [online]. BBC [Acedido em 02/05/2011]. Disponível em downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/policies/pdf/bpv.pdf.
- BECK, U. 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.
- BECK, U. 1995. *Ecological Politics in an Age of Risk*. Cambridge: Polity Press.
- BENJAMIN, W. 2008. *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. London: Penguin Books.
- BERGG, D. 2004. Taking a Horste to Water? Delivering Public Service Broadcasting in a Digital Universe. In: J. COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 5-15.
- BERLAND, J. 1993. Radio Space and Industrial Time: The Case of Music Formats. In: T. BENNETT, S. FRITH, L. GROSSBERG, J. SHEPHERD, G. TURNER, eds. *Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions*. London: Routledge, pp. 104-118.
- BERRY, R. 2006. Will iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence*. 12 (2), pp. 143-162.
- BERRY, T., J. WALDFOGEL. 1999. Public Radio in the United States: Does it Correct Market Failure or Cannibalize Commercial Stations? *Journal of Public Economics*. 71, pp. 189-211.

- BEZERRA, H. 2008. As Transformações da Noção de Serviço Público na União Européia: o Serviço de Interesse Geral do Tratado de Lisboa. *Direito Estado e Sociedade* [online]. 32 (jul.), [Acedido em 20/08/2011], pp. 104-133. Disponível em: <http://br.vlex.com/vid/europeia-interesse-geral-tratado-lisboa-80157398>.
- BILTEREYST, D. 2004. Public Service Broadcasting, Popular Entertainment and the Construction of Trust. *European Journal of Cultural Studies*. 7 (3), pp. 341-362.
- BLANCH, M. 1998 *Como se Miden las Audiencias en Radio*. Barcelona: CIMS
- BLUMLER, J. G. e M. GUREVITCH. 1995. *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.
- BOLLS, P.D. 2002. I Can Hear You, but Can I See You? The Use of Visual Cognition During Exposure to High-Imagery Radio Advertisements. *Communication Research*. 29 (5), pp 537-563.
- BOLTER, D. e R. GRUSIN. 1999. *Remediation: Understanding New Media*. Massachussets: MIT Press.
- BONIXE, J. 2009. *A Informação Radiofónica: Rotina e Valores-notícia da Reprodução da Realidade na Rádio Portuguesa. A internet Como Cenário Emergente*. Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa.
- BORN, G. 2003. Strategy, Positioning and Projection in Digital Television: Channel Four and the Commercialization of Public Service Broadcasting in the UK. *Media, Culture and Society*. 25, pp. 773-799.
- BORN, G. 2005. *Uncertain Vision: Birt, Dyke and the Reinvention of BBC*. London: Vintage.
- BORN, G., T. PROSSER. 2001. Culture and Consumerism: Citizenship, Public Service Broadcasting and the BBC's Fair Trading Obligations. *The Modern Law Review*. 64 (5), pp. 657-687.
- BOURDIEU, P. 1998. *On Television and Journalism*. London: Pluto Press.
- BRACKEN M., A. BALFOUR. 2004. Public Service Interactivity and the BBC. In: J.COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 100-115.
- BRANTS, K. 2003. Auditing Public Broadcasting Performance: its Theory and Practice. *Javnost/The Public*. 10 (3), pp 5-10.
- BRECHT, B. 2005. Teoria da Rádio. In: E. MEDITSH, ed. *Teorias do Rádio: textos e contextos, volume I*. Florianópolis: Editora Insular, pp. 35-45.

- BRIGGS, A. 1985. *The BBC: A Short Story of the First Fifty Years*. Oxford: Oxford University Press.
- BRON, C. M. 2010. Financing and Supervision of Public Service Broadcasting: European Legislation and Current National Developments Concerning Financial and Content-Related Supervision. In: S. Nikoltchev, ed. 2010. *Iris Plus 2010-4. Public Service for Media: Money for Content*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, pp. 7-25.
- BRUNNER, E. J. 1998. Free riders or easy riders?: An Examination of the Voluntary Provision of Public Radio. *Public Choice*. 97, pp. 587-604.
- BUCKLEY, S. 2000. Radio's New Horizons: Democracy and Popular Communication in the Digital Age. *International Journal of Cultural Studies*. 3 (2), pp. 180-187.
- BURGELMAN, J. C. 1986. The Future of Public Service Broadcasting: A Case for Study for a 'New' Communications Policy". *European Journal of Communication*. 1, pp. 173-201.
- BURGELMAN, J. C. 2000. Regulating Access in the Information Society: The Need for Rethinking Public and Universal Service. *New Media & Society*. 2 (1), pp 51-66.
- BUSTAMANTE, E. 2004. Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions. *Media, Culture & Society*. 26 (6), pp. 803-820.
- BUSTAMANTE, E. 2005. Radiotelevisión Española: Oportunidad Para Un Auténtico Servicio Público. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. Diciembre (92), pp. 30-37.
- CÁDIMA, F. R. 2002. Televisão, Serviço Público e Qualidade. *Observatório*. 6, pp. 9 -18.
- CAFFAREL, C., M. GARCIA DE CASTRO. 2006. Editorial Autonomy and Public Control – the Debate over Reform. In: C. NISSEN, ed. *Making a Difference: Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 135-146.
- CALDAS, A. 1999. *Para a História da Rádio Renascença (1974-1975)*. Lisboa: Grifo.
- CALLANAN, R. 2004. The changing Role of Broadcasters within Digital Communications Networks. *Convergence*. 10 (3), pp. 28-38.
- CÂMARA, A.M. 1986. Rádio Velha / Rádio Nova. In: RDP. *60 Anos de Rádio em Portugal*. Lisboa: Edições Vega, pp. 35-39.
- CANTRIL, H. 1942. La Invasión Desde Marte. In: M. MORAGAS, ed. *Sociología de la Comunicación de Masas. Vol. II Estructura, funciones y efectos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pp. 91-110.

- CAPELO, R.G. 1997. O pós-guerra (1961-1973). In: A.A.S. RODRIGUES, ed. *História Comparada*. Lisboa: Temas e Debates, pp. 277-359.
- CARVALHO, A. A. 2002. *Valerá a Pena Desmenti-los?* Coimbra: Minerva Coimbra.
- CARVALHO, A. A. 2009. *A RTP e o Serviço Público de Televisão*. Coimbra: Almedina.
- CASTELLS, M. 2001. *A Galáxia Internet: Reflexões Sobre a Internet, Negócios e a Sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CASTELLS, M., M. FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, J. L. QIU, A. SEY. 2006. *Mobile Communication and Society: a Global Perspective*. Massachusetts: MIT Press.
- CASTENDIK, O., E. J. DOMMERING e A. SCHEUER. 2008. *European Media Law*. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International.
- CEBRIÁN HERREROS, M. 2001. *La Radio en la Convergencia Multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO 25 DE ABRIL. 1996. *Cronologia – pulsar da revolução 1974* [online]. [Acedido em 10/01/2010}. Disponível em: <http://www1.ci.uc.pt/cd25a/wikka.php?wakka=PulsarAbril74>.
- CHALABY, J. K., G. SEGELL. 1999. The Broadcasting Media in the Age of Risk. *New Media & Society*. 1 (3), pp. 351-368.
- CHEVALLIER, J. 2010. *Le service public (8ème ed.)*. Paris: Presses Universitaires de France
- COCKBORNE, J. E. 2004. Public Service Broadcasting in an Enlarging Europe: Contributing to European Policy Objectives. In: D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 setembro 2004, Amsterdam*, pp. 81-88.
- COLEMAN, S. 2004. From Service to Commons: Re-inventing a Space For Public Communication. In: J. COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPP, pp. 89-99.
- COLLINS, R. 2004. Public Service Broadcasting: Too Much of a Good Thing? In: J. COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 131-151.

- COLLINS, R., A. FINN, S. McFADYEN, C. HOSKINS. 2001. Public Service Broadcasting Beyond 2000: Is There a Future for Public Service Broadcasting? *Canadian Journal of Communication*. 26 (1), pp. 3-15.
- COMRIE, M., S. FOUNTAINE. 2005. Retrieving Public Service Broadcasting: Treading a Fine Line at TVNZ. *Media, Culture & Society*. 27 (1), pp. 101-118.
- COMRIE, M., S. FOUNTAINE. 2006. Back to the Future in New Zealand: Can a 'Third Way' Compromise Reinvigorate public Service Broadcasting?. In: C.NISSEN, ed. *Making a Difference: Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 147-162.
- COPPENS, T. 2005. Fine-tuned or Out-of-key? Critical Reflections on Frameworks for Assessing PSB Performance. In: G. F. LOWE, P. JAUERT, eds. *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting Ripe@2005*. Göteborg: Nordicom, pp. 79-100.
- COPPENS, T., F. SAEYS. 2005. Enforcing performance: New Approaches to Govern Public Service Broadcasting. *Media, Culture & Society*. 28 (2), pp. 261-284.
- CORAIL, J. L. 1954. *La Crise de La Notion Juridique de Service Public en droit administratif français*. Paris: LGDJ.
- CORCORAN, F. 2010. Civil Engagement and Elite Decision-Making in Europe: Reconfiguring Public Service News. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp. 76-87.
- CORDEIRO, P. 2011. Not Radio, but R@dio. *Radio Days Europe, março 2011, Copenhaga*.
- CORNER, J., P. SCHLESINGER, R. SILVERSTONE. 1998. Editor's Introduction. In: J. CORNER, P. SCHLESINGER, R. SILVERSTONE, eds. *International Media Research*. London: Routledge, pp 1-17.
- COUTARD, A. 2001. *L'Avenir de la Radio à L'Ère du Numérique. Rapport à Madame la Ministre de la Culture et de la Communication*. [Acedido em 02/05/2009]. Disponível em <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/coutard/coutard.pdf>.
- COWLING, J. 2004. From Princes to Paupers: the Future for Advertising Funded Public Service Television Broadcasting. In: J.COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 61-74.

- COYLE, R. 2000. Digitising the Wireless: Observations from an Experiment in 'Internet radio'. *Convergence*. 6 (3), pp. 57-75.
- CRAWLEY, W. 1999. Public Service Broadcasting in the New Media Order. *Media Proliferation; How Can Broadcasters Best Serve the Public Interest? 19-21 April 1999, New Dehli*.
- CRISTO, D. 2005. A rádio em Portugal e o declínio do regime de Salazar e Caetano (1958-1974). Coimbra: Minerva Coimbra
- CRAWLEY, W. 1999. Public Service Broadcasting in the New Media Order. *Media Proliferation; How Can Broadcasters Best Serve the Public Interest? 19-21 April 1999, New Dehli*.
- CROOKES, P., P. VITTET-PHILIPPE. 1986. *Local Radio and Regional Development in Europe*. Manchester: European Institute for the Media.
- CROTEAU, D. e W. HOYNES. 1997. *Media/Society: Industries, Images and Audiences*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- CURADO, J. M. 2005. Estruturas de Governação. *CDN2006, 2 dezembro 2005, Porto*. [Acedido em 05/07/2009]. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3703/1/ESTRUTURAS%20DE%20GOVERNACA0%20repositoriUM.pdf>.
- CURRAN, J. 2008. Media Diversity and Democracy. In: T. GARDAM, A. L. LEVY, eds. *The Price of Plurality: Choice, Diversity and Broadcasting Institutions in the Digital Age*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, pp. 103-109.
- CURRAN, J., S. IYENGAR, A. B. LUND, I SALOVAARA-MORING. 2009. Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study. *European Journal of Communication*. 24 (1), pp. 5-26.
- D'HAENENS, L., H. SOUSA, O. HULTÉN. 2011. From Public Service Broadcasting to Public Service Media. In: J. TRAPPEL, A. M. WERNER, D. LEEN, S. JEANETTE, T. BARBARA, ed. *Media in Europe Today*. Bristol: Intellect, pp. 187-218.
- DACOSTA, F. 1997. *Máscaras de Salazar*. Lisboa: Editorial Notícias.
- DAHLGREEN, P. 1998. Cultural Studies as a Research Perspective: Themes and Tensions. In: J. CORNER, P. SCHLESINGER, R. SILVERSTONE, eds. *International Media Research*. London: Routledge, pp 18-47

- DAHLGREN, P. 1998. Cultural Studies as a Research Perspective: Themes and Tensions. In: CORNER, SCHLESINGER, & SILVERSTONE, eds. *International Media Research: A Critical Survey*. New York: Routledge, pp 48-64.
- DAVIES, G. 1999. *The Future Funding of the BBC. Report of the Independent Review Panel* [online]. Department for Culture, Media and Sport. [Acedido em 28/09/2010]. Disponível em: http://news.bbc.co.uk/hi/english/static/bbc_funding_review/reviewco.pdf.
- DENNIS, E. E. 1995. Preface. In: E. C. PEASE, E. E. DENNIS, eds. *Radio the Forgotten Medium*. New Jersey: Transaction Publishers, pp. xi-xiii
- DEPYPERE, S., J. BROCHE, N. TIGCHELAAR. 2004. State aid and Broadcasting: State of Play. *EU Competition Policy Newsletter*. Spring 2004 (1), pp. 71-73.
- DEPYPERE, S., N. TIGCHELAAR. 2004. The Commission's State Aid Policy on Activities of Public Service Broadcasters in Neighbouring Markets. *EU Competition Policy Newsletter*. Summer 2004 (2), pp. 19-22.
- DEUZE, M. 2004. What is Multimedia Journalism? *Journalism Studies*. 5 (2), pp. 139-152.
- DIANE, C., WOOLARD, C. 2010. *Public Value in Practice Restoring the Ethos of Public Service* [online]. London: BBC Trust. [Acedido em 10/10/2011]. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/regulatory_framework/pvt/public_value_practice.pdf.
- DIAS, P., J. G. WESTERHOF. 2006. State Aid in the Broadcasting Sector : Two Decisions Regarding Ad Hoc Aid to Public Service Broadcasters in Portugal and the Netherlands. *EU Competition Policy Newsletter*, Autumn 2006 (3), pp. 86-88.
- DOGLIO, D. 1981. El Futuro de los Servicios Públicos Radiotelevisivos. In: G. RICHERI, ed. *La Televisión: Entre Servicio Público y Negócio. Estudios sobre la Transformación televisiva en Europa Occidental*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 148-163.
- DONDERS, K., C. PAUWELS. 2008. Does EU Policy Challenge the Digital Future of Public Service Broadcasting?: An Analysis of the Commission's State Aid Approach to Digitization and the Public Service Remit of Public Broadcasting Organizations. *Convergence*. 14 (3), pp. 295-311.

- DOUGLAS, S. 2004. *Listening in – Radio and the American Imagination*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- DUGUIT, L. 1918. *Manuel de Droit Constitutionnel (3ème ed.)*. Paris: Ancienne Librairie Fontemoing & Ce, Éditeurs .
- DUNLEAVY, T. 2010. New Zealand on Air, Public Service Television and TV Drama. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp. 298-310.
- DURAND, J. (1993) “Audience, Définition et Méthodes de Mesure” in: Sfez, L. *Dictionnaire Critique de la Communication*. Vol. 2. tome 2, pp.1034-1037. Paris: PUF.
- EBU (EUROPEAN BROADCASTING UNION). 2000. *The Funding of Public Service Broadcasting [online]*. [Acedido em 04/06/2009]. Disponível em: www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_p_funding_psb_tcm6-4443.pdf.
- EBU (EUROPEAN BROADCASTING UNION). 2002. *Media With a Purpose: Public Service Broadcasting in the Digital Era. The Report of the Digital Strategy Group of the European Broadcasting Union [online]*. [Acedido em 04/06/2009]. Disponível em: http://www.ebu.ch/CMSimages/en/DSG_final_report_E_tcm6-5090.pdf.
- EBU (EUROPEAN BROADCASTING UNION). 2004. *Public Radio in Europe*. Geneva, EBU.
- EBU (EUROPEAN BROADCASTING UNION). 2004b. The European Broadcasting Union’s Contribution. In: D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp. 23-44.
- EBU (EUROPEAN BROADCASTING UNION). 2007. *Broadcasters and the Internet: Executive Summary [online]*. [Acedido em 23/10/2009]. Disponível em: http://www.ebu.ch/CMSimages/en/Broadcasters%20and%20the%20Internet%20_Full%20report_eng_tcm6-61459.pdf.
- EBU (EUROPEAN BROADCASTING UNION). 2007b. *Public Radio in Europe: Conclusions and Outlook . [online]*. [Acedido em 04/10/2010]. Disponível em: http://www.ebu.ch/CMSimages/en/Conclusions_Radio1_tcm6-52193.pdf.
- EIAA (EUROPEAN INTERACTIVE ADVERTISING ASSOCIATION). 2008. *EIAA Mediascope Europe: Media Consumption Study 2008 [online]*. [Acedido em 03/05/2010]. Disponível em: http://www.eiaa.net/Ftp/casestudiesppt/EIAA_Mediascope_Europe_2008_Pan-European_Executive_Summary.pdf.

- ENLI, G. S. 2008. Redefining Public Service Broadcasting: Multi-Platform Participation. In *Convergence*. 14 (1), pp. 105-120.
- ERDAL, I. J. 2009. Cross-Media (Re)Production Cultures. *Convergence*. 15 (2), pp. 215-231.
- ERIKSEN, E. O. 2005. An Emerging European Public Sphere. *European Journal of Social Theory*. 8 (3), pp. 341-363.
- EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. 2003. The Financing of Public Service Broadcasting in Selected Central and Eastern European States: As Illustrated by Bulgaria, the Czech Republic, Hungary, Poland and the Slovakia. In: S. Nikoltchev, ed. *Iris Plus 2003-2. New European Rules for the Communications Sector*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, pp. 14-19.
- FAUS, A. 1995. Los Caminos de la Radio: Orientaciones del Medio en Europa. *Telos – Cuadernos de Comunicación Tecnología y Sociedad*. 42, pp. 86-93.
- FERLIE, E., LINN. L., POLLITT, C. L., ed. 2005. *The Oxford Handbook of Public Management*. Oxford: Oxford University Press.
- FERREIRA, C. M. 2007. *O Altifalante do Regime. A Emissora Nacional Como Arma de Guerra no Conflito Colonial*. Tese de mestrado, Universidade de Coimbra.
- FLIN, N., B. DAJKA. 2007. A Simple Guide to Radio Spectrum. *EBU Technical Review* [online]. 309, [Acedido em 04/05/2008]. Disponível em: http://tech.ebu.ch/webdav/site/tech/shared/techreview/trev_309-spectrum.pdf.
- FLITCHY, P. 2006. New Media History. In: L. A. LIEVROUW, S. LIVINGSTONE, eds. *The Handbook of New Media. Updated Student Edition*. London: Sage, pp. 187-204.
- FLYNN, A. 2010. DRM - Worldwide Digital Radio, Ready to Use and Meet Industry and Listeners' Needs. *EBU TECHNICAL REVIEW – 2010* [online]. Q1, [Acedido em 06/05/2010]. Disponível em: http://www.drm.org/uploads/media/DRM_Receiver_Profiles_Final.pdf.
- FOSSUM, J. E., P. SCHLESINGER. 2007. The European Union and the Public Sphere: a Communicative Space in the Making?. In: J. E. FOSSUM, P. SCHLESINGER, eds. *The European Union and the public Sphere*. London: Routledge, pp. 1-20.
- FOSTER, R. 2008. Plurality and the Broadcasting Value Chain – Relevance and Risks? In: T. GARDAM, A. LEVY. *The Price of Plurality: Choice, Diversity and Broadcasting institutions in the Digital Age*. Oxford: Reuters Institute of Journalism, pp.25-36.

- FOSTER, R., J. EGAN, J. SIMON. 2004. Measuring Public Service Broadcasting. In: J. COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 152-170.
- GARCERIES, S. 2010. *L'Élaboration d'une Notion Juridique de Service Public Industriel et Commercial*. Thèse pour le doctorat en droit public, Université de Cergy-Pontoise.
- GARCIA, E. M. 1998. Public Service, Public Services, Public Functions, and Guarantees of the Rights of Citizens: Unchanging Needs in a Changed Context. In: M. FREEDLAND, S. SCIARRA, eds. *Public Services and Citizenship in European Law – Public and Labour Law Perspectives*. Oxford: Oxford University Press, pp. 57-82.
- GARNHAM, G. 1979. La Cultura como Mercancía. In: G. RICHERI, 1983 ed. *La Televisión: Entre Servicio Público y Negócio. Estudios sobre la Transformación Televisiva en Europa Occidental*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 20-31.
- GARNHAM, N. 1990. *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage.
- GASKELL, G. 2002. Entrevistas Individuais e Grupais. In: M. BAUER, G. GASKELL, eds. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Editora Vozes, pp. 64-89.
- GAY, A., J. MCGUIGAN, eds. 1993. *Studying Culture: an Introductory Reader*. London: Edward Arnold.
- GIDENS, A. 2007. *Europe in Global age*. Cambridge: Polity Press
- GIMMLER, A. 2001. Deliberative Democracy, the Public Sphere and the Internet. *Philosophy & Social Criticism*. 27 (4), pp. 21-39.
- GLEVAREC, H., M. PINET. 2008. From Liberalization to Fragmentation: A Sociology of French Radio Audiences Since the 1990's and the Consequences for Cultural Industries theory. *Media, Culture & Society*. 30 (2), pp. 215-238.
- GONÇALVES, P. 1999. *A Concessão de Serviços Públicos (Uma Aplicação da Técnica Concessória)*. Coimbra: Livraria Almedina.
- GORDON, J. 2002. The Mobile Phone: An Artefact of Popular Culture and a Tool of the Public Sphere. *Convergence*. 8 (3), pp. 15-26.
- GRAF, P. 2004. *Report of the Independent Review of BBC Online* [online]. [Acedido em 07/10/2008]. Disponível em: http://news.bbc.co.uk/nol/shared/bsp/hi/pdfs/05_07_04_graf.pdf.

- GRANDI, R. 1983. Los Criterios de Programación en los Aparatos Televisivos: el Caso de Europa. In: RICHERI, G., ed. *La Televisión: Entre Servicio Público y Negócio. Estudios sobre la Transformación televisiva en Europa Occidental*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 180-204.
- GRUMMEL, B. 2009. The Educational Character of Public Service Broadcasting: From Cultural Enrichment to Knowledge Society. *European Journal of Communication*. 24(3), pp. 267-285.
- GUGLIEMI, G. J. e G. KOUBI. 2007. *Droit Du Service Public*. Paris: Montchrestien.
- HABERMAS, J. 1984. *Mudança Estrutural na Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- HALCOUSSIS, D., A.D. LOWENBERG. 2003. The Quantity of Radio Broadcasting: Are Small Markets Underprovided? *International Journal of the Economics of Business*. 10, pp. 347-357.
- HALLIN, D. e P. MANCINI. 2004. *Comparing Media Systems*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HANS-BREDOW-INSTITUT, INSTITUTE OF EUROPEAN MEDIA LAW (EMR). 2005. *Interim Report Study on Co-Regulatory Measures in the Media Sector*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- HARCOURT, A. 2008 Institutionalizing Soft Governance in the European Information Society. In: D. WARD, ed. *The European Union and the Culture Industries: Regulation and the Public Interest*. Hampshire: Ashgate, pp. 7-33.
- HARGREAVES HEAP, S. P., 2005. Television in a Digital Age: What Role for Public Service Broadcasting? *Economic Policy*. January 2005, pp. 111-157.
- HARRISON, J., B. WESSELS. 2005. A New Public Service Communication Environment? Public Service Broadcasting Values in the Reconfiguring Media. *New Media & Society*. 7 (6), pp. 834-853.
- HARRISON, J., L. M. WOODS. 2001. Defining European Public Service Broadcasting. *European Journal of Communication*. 16 (4), pp. 477-504.
- HAWKINS, G. 2010. Public Service Media in Australia: Governing Diversity. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp 287-297.
- HELM, D. 2005. Consumers, Citizens and Members: Public Service Broadcasting and the BBC. In: D. HELM, D. GREEN, M. OLIVER, S. TERRINGTON, A. GRAHAM, B. ROBINSON, G. DAVIES, J. MAYHEW, L. BRADLEY-JONES, eds. *Can The Market Deliver? Funding Public Service Television in the Digital Age*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 1-21.

- HENDY, D. 2000. Pop Music Radio in the Public Service: BBC Radio 1 and New Music in the 90's. *Media, Culture & Society*. 22, pp. 743-761.
- HENDY, D. 2000b. *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- HERMAN, E. e R. McCHESNEY. 1997. *The Global Media – The New Missionaries of Corporate Capitalism*. London: Cassell.
- HERRMANN, L. A. ERISMANN, M. PROSH. 2007. The Evolution of DAB. *EBU Technical Review* [online]. 311, [Acedido em 07/10/2009]. Disponível em: http://tech.ebu.ch/webdav/site/tech/shared/techreview/trev_311-dab_dmb.pdf.
- HEYER, P. 2005. *The Medium and the Magician: Orson Welles, the Radio Years, 1934-1952*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- HIBBERD, M. 2001. The Reform of Public Service Broadcasting in Italy. *Media, Culture & Society*. 23, pp. 233-252.
- HIBBERD, M. 2003. E-Participation, Broadcasting and Democracy in the UK. *Convergence: The International Journal of Ressearch into New Technologies*. 9 (1), pp. 47-65.
- HIERONYMI, R. 2004. Opening Session and Keynote Speech. In: D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp. 16-22.
- HIERONYMI, R. 2005. Rapport Final du Groupe de Travail 1: Les Règles applicables aux Services à Contenu audiovisuel. In: *Conférence Audiovisuelle de Liverpool – Entre la Culture et le Commerce, 20/22 Septembre 2005*, Liverpool.
- HILLS, J., M. MICHALIS. 2000. The Internet: A Challenge to Public Service Broadcasting? *International Communication Gazette*. 62 (6), pp. 477-493.
- HOFFMAN-RIEM, W. 1996. New Challenges for European Multimedia Policy. *European Journal of Communication*. 11 (3), pp. 327-346.
- HOLLAND, P. 2003. Conceptual Glue: Public Service Broadcasting as Practice, System and Ideology. In: *MIT3 Television in Transition, May 2003, Massachussets*.
- HOLZ-BACHA, C. 2003. Of Markets and Supply: Public Broadcasting in Germany. In: G. F. LOWE, T. HUJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp. 109-119.

- HORKHEIMER, M. e T. ADORNO. 2002. *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Stanford: Stanford University Press.
- HORSLEY, W. 2008. Europe: Media Freedom in Retreat. *British Journalism Review*. 19 (2), pp.39-45.
- HOSKINS, C., S. McFADYEN e A. FINN. 2004. *Media Economics: Applying Economics to New and Traditional Media*. London: Sage.
- HOTELLING, H. 1929. Stability in Competition. *The Economic Journal*. 39 (153), pp. 41-57.
- HOWARD, Q. 2005. DAB Digital Radio - a Recipe for Success. *EBU Technical Review* [online]. July 2005 (303), [Acedido em 20/08/2011]. Disponível em: http://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev_303-howard.pdf
- HOWARD, Q. 2009. One Digital Radio Across Europe. *EBU Technical Review* [online]. Q1, Acedido em 01/02/2010]. Disponível em: http://www.worlddab.org/public_documents/WorldDMB_Digital_Radio_Receiver_Profile_s.pdf.
- HOYNES, W. 2003. Branding Public Service: The 'New PBS' and the Privatization of Public Television. *Television & New media*. 4 (2), pp. 117-130.
- HRVATIN, S. B. 2002. *Serving the State or the Public: the Outlook for Public Service Broadcasting in Slovenia*. Ljubljana: Peace Institute.
- HUANG, E., K. DAVISON, S.SHREVE, T.DAVIS, E. BETTENDORF, A. NAIR. 2006. Facing the Challenges of Convergence: Media Professionals' Concerns of Working Across Media Platforms. *Convergence*. 12 (1), pp. 83-98.
- HUJANEN, T., G. F. LOWE. 2003. Broadcasting and Convergence: Rearticulating the Future Past. In: G. F. LOWE, T. HUJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp. 9-25.
- HULTEN, O., K. BRANTS. 1992. Public Service Broadcasting: Reactions to Competition. In: K. SIUNE, W. TRUETZSCHLER, eds. *Dynamics of Media Politics: Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. London: Sage, pp. 116-128.
- IOSIFIDIS, P. 2006. Digital Switchover in Europe. *International Communication Gazette*. 68 (3), pp 249-268.
- ITC. 2001. *Public Service Broadcasting: What Viewers Want*. London: ITC.

- JACKA, E., 2003. "Democracy as Defeat": The Impotence of Arguments for Public Service Broadcasting. *Television & New Media*. 4 (2), pp. 177-191.
- JAKUBOWICZ, K. 2002. Ideas in Our Heads: Introduction of PSB as Part of Media System Change in Central and Eastern Europe. *European Journal of Communication*. 19 (1), pp. 53-74.
- JAKUBOWICZ, K. 1996. Civil Society and Public Service Broadcasting in Eastern and Central Europe. *Javnost/The Public*. 3 (2), pp. 51-69.
- JAKUBOWICZ, K. 2003a. Bringing Public Service to Account. In: G. F. LOWE, T. HUJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp 147-165.
- JAKUBOWICZ, K. 2003b. Endgame? Contracts, Audits, and the Future of Public Service Broadcasting. *Javnost/The Public*. 10 (3), pp. 45-62.
- JAKUBOWICZ, K. 2004. Ideas in Our Heads: Introduction of PSB as Part of Media System Change in Central and Eastern Europe. *European Journal of Communication*. 19, pp. 53-74.
- JAKUBOWICZ, K. 2004b. Public Service Broadcasting in an Enlarging Europe: Serving the Cultural Communities. In: D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp. 98-102.
- JAKUBOWICZ, K. 2006. If Not Us, Then Who? Public Service Broadcasting and Culture in the 21st Century. In: C. NISSEN, ed. *Making a Difference: Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 35-50.
- JAKUBOWICZ, K. 2007. *Public Service Broadcasting: a New Beginning, or the Beginning of the End?* [online]. Sheffield: Knowledge Politics. [Acedido em 10/06/2010]. Disponível em: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/PSB_Anewbeginning_KJ_en.pdf#xml=http://thunderstone.coe.int/texis/ThunderstoneSearchService/pdfhi.txt?query=public+new+beginning+jakubowicz&pr=Internet_D4&prox=page&rorder=500&rprox=500&rdfreq=500&rwfreq=500&rlead=500&rdepth=250&sufs=1&order=r&cq=&rpp=10&id=4dd8c4ee29.
- JAKUBOWICZ, K. 2008. Participation and Partnership: A Copernican Revolution to Reengineer Public Service for the 21st Century. In: RIPE@2008, 9 October 2008, Mainz, Germany. [Acedido em 10/05/2010]. Disponível em: <http://ripeat.org/2010/participation-and-partnership-a-copernican-revolution-to-reengineer-public-service-media-1-for-the-21st-century/>.

- JAKUBOWICZ, K. 2010. PSB3.0: Reinventing European PSB. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave., pp 9-22.
- JEANNENEY, J. N. 1996. *Uma história da Comunicação Social*. Lisboa: Terramar.
- JENKINS, H. 2004. The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*. 7 (1), pp. 33-43.
- JUNEAU, P. 1995. Why Public Broadcasting? In: the International Roundtable on Cultural and Educational Functions of Public Service Broadcasting. Paris, 3-5 July 1995.
- KATZ, E., J.G. BLUMLER, M. GUREVITCH. 1974. Utilization of Mass Communication by the Individual. In: J. G. BLUMLER, E. KATZ, eds. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage, pp. 19-32.
- KERR, A., J. KÜCKLICH, P. BRERETON. 2006. New Media - New Pleasures? *International Journal of Cultural Studies*. 9 (1), pp. 63-82.
- KHILTCHEVSKI, Y. 1997. The Situation in Eastern and Central Europe. *Public Service Broadcasting: Cultural and Educational Dimensions*. Paris: UNESCO, pp. 123-146.
- KLEIN, J., S., KARGER, K. SINCLAIR. 2004. *Attitudes to Digital Switchover: The impact of digital Switchover on Consumer Adoption of Digital Television* [online]. Cambridge: The Generics Group in association with Ipsos UK. [Acedido em 07/10/2010]. Disponível em: <http://www.digitaltelevision.gov.uk/pdf_documents/publications/Attitudes_to_Digital_Tele_vision.pdf>.
- KLEINSTEUBER, H. J. 2010. Radio: A Resilient Medium. In: J. TRAPPEL, W. MEIER, L. D'HAENENS, J. STEEMERS, B. THOMASS, eds. 2011. *Media in Europe Today*. Bristol: Intellect, pp. 63-77.
- KLEIST, T., SHEUER, A. 2006. Public Service Broadcasting and the European Union: From 'Amsterdam' to 'Altmark': The Discussion on EU State Aid Regulation. In: C. S. NISSEN, ed. *Making a Difference: Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 163-181.
- KOOPMANS, R., J. ERBE. 2004. Towards a European Public Sphere? Vertical and Horizontal Dimensions of Europeanised Political Communication. *Innovation*. 17 (2), pp. 97-118.
- KOSNICK, K. 2000. Building Bridges: Media For Migrants and the Public-Service Mission in Germany. *European Journal of Cultural Studies*. 3 (3), pp. 319-342.

- KOZAMERNICK, F. 1995. Digital Audio Broadcasting - Radio Now and For the Future. *EBU Technical Review* [online]. 265 [Acedido em 27/05/2009]. Disponível em: http://tech.ebu.ch/webdav/site/tech/shared/techreview/trev_265-kozamernik.pdf.
- KOZAMERNIK, F., M. Mullane. 2005. An Introduction to Internet Radio. *EBU Technical Review* [online]. 304, Acedido em 02/05/2009]. Disponível em: http://www.ebu.ch/en/technical/trev/trev_304-webcasting.pdf.
- KUHN, R. 2010. France: Presidential Assault on the Public Service. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp. 158-170,
- KUHN, R. ed. 1985. *The Politics of Broadcasting*. Sidney: Croom Helm
- KÜNG-SHANKLEMAN, L. 2000. *Inside de BBC and CNN. Managing Media Organisations*. London: Routledge.
- LA PORTE, T., M. MEDINA, T. SÁDABA. 2007. Globalization and Pluralism: the Function of Public Television in the European Audiovisual Market. *The International Communication Gazette*. 69 (4), pp. 377-399.
- LANARA, Z. 2004. Conditions for Public Service Broadcasters in the Digital Age. In : D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp 105-118.
- LANGE, A. 1999. Diversité et Divergences Dans le Financement des Organismes de Radio-télévision de Service Public dans l'Union Européenne. *Communications & Strategies*. 3ème trimestre (35), pp.183-196.
- LANGE, A. 2006. The European Audiovisual Industry at the Verge of Convergence. In: C. S. NISSEN, ed. *Making a Difference: Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 1-15.
- LATZER, M., N. JUST, F. SAURWEIN, P. SLOMINSKI. 2003. Regulation Remix: Institutional Change trough Self and Co-Regulationin the Mediamatics Sector. *Communication and Strategies*. 2nd quarter (50), pp. 127-157.
- LAX, S., M. ALA-FOSSI, P. JAUERT, H. SHAW. 2008. DAB: The Future of Radio? The Development of Digital Radio in Four European Countries. *Media, Culture & Society*. 30 (2), pp. 151-166.

- LEALAND, G., P. NORRIS, B. PAULING, R. ZANKER. 2003. *Public Broadcasting: The Experience in Six Countries* [online]. Wellington: NZ On Air. [Acedido em 04/04/2009]. Disponível em: <http://www.nzonair.govt.nz/media/6956/pb%20exp%20in%206%20countries%20nov%2003.pdf>.
- LENGYEL, M. 2007. Hungary. In: S. NIKOLTCHEV, ed. *IRIS Special: The Public Service Broadcasting Culture*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, pp. 115-123.
- LENGYEL, M. 2010. From 'State Broadcasting' to 'Public Service Media' in Hungary. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp. 245-257.
- LEÓN, B. 2010. Spanish Public Service Media on the Verge of a New Era. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp. 197-208.
- LEVINSON, P. 1998. *A Arma Suave: História Natural e Futuro da Revolução da Informação*. Lisboa: Bizâncio.
- LEVY, D. 2004. Public Service Broadcasting and the Lisbon Agenda. In: D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp. 70-79.
- LÉVY, P. 1997. *A Inteligência Colectiva: Para uma Antropologia do Ciberespaço*. Lisboa: Instituto Piaget.
- LÉVY, P. 1999. *Cibercultura*. São Paulo, Editora 34.
- LEWIS, P. M. 2000. Public Passion Public Neglect: The Cultural Status of Radio. *International Journal of Cultural Studies*. 3 (2), pp. 160-167.
- LEWIS, P., M. 1994. La Radio en Europa: Cambios, Políticas y Tendencias. *Comunicación Social 1994/Tendencias: Los Medios en la Configuración del Estado*. Madrid: Fundesco, pp. 227-233.
- LIPOVETSKY, G. 1989. *O Império do Efêmero – A Moda e o seu Destino nas Sociedades Modernas*. Lisboa: Dom Quixote.
- LIVINGSTONE, S. 1998. The Work of Elihu Katz: Conceptualizing Media Effects in Context. In: J. CORNER, P. SCHLESINGER, R. SILVERSTONE, eds. *International Media Research*. London: Routledge, pp. 18-47.

- LLORENS, C. 2008. Las Políticas de Internet de RTVE y la BBC: La Redefinición y Implementación del Servicio Público en los Nuevos Medios. *Eptic - Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación* [online]. 10 (2), [Acedido em 20/01/2011]. Disponível em: www.eptic.com.br.
- LLOYD, E., R. MACLEAN, A. STERLING. 2006. Mobile TV - Results from the BT Movio DAB-IP Pilot in London. *EBU Technical Review* [online]. 306, [Acedido em 23/05/2009]. Disponível em: http://www.ebu.ch/fr/technical/trev/trev_306-movio.pdf.
- LONGHURST, B. 2007. *Popular Music and Society*. Cambridge: Polity Press.
- LOOMS, P. O. 2006. Public Service Media: All Things to All People – on All Platforms, anytime? In: C. S. NISSEN, ed. *Making a Difference. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 95-114.
- LOPES, F. 1999. *O Telejornal e o Serviço Público*. Coimbra: Minerva Coimbra.
- LOWE, G. F., A. ALM. 1997. Public Service Broadcasting as Cultural Industry: Value Transformation in the Finnish Market-place. *European Journal of Communication*. 12 (2), pp. 169-192.
- LOWE, G. F., T. PALONKAS. 2010. Heritage Brand Management in Public Service Broadcasting. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp.128-141.
- MACHET, E., E. PERTZINIDOU e D. WARD. 2002. *A Comparative Analysis of Television Programming Regulation in Seven European Countries: A Benchmark Study*. Dusseldorf: The European Institute for The Media.
- MADDOX, R. 1994. *The DAT Technical Service Handbook*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- MAHERZI, L. 1998. Public Services and the Challenges of the New Media. In: Intergovernmental Conference on Cultural Policies for Development. Stockholm, 30 March-2 April, 1998.
- MAIA, M. 1995. *Telefonia*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- MAIA, M. 2009. *Telefonia – Memórias da Rádio*. 2ª Edição. Lisboa: Âncora.
- MARCANGELO-LEOS, P. 2007. France. In: S. NIKOLTCHEV, ed. *IRIS Special: The Public Service Broadcasting Culture*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, pp 89-101.

- MARGETTS, H. 2008. Citizens and Consumers: Government Online versus Information for Informed Citizenship. In: T. GARDAM, A. L. LEVY, eds. *The Price of Plurality: Choice, Diversity and Broadcasting Institutions in the Digital Age*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, pp. 127-133.
- MARTI, J.M. 1995. Transformaciones radiofónicas a Medio Plazo: En un Entorno Cambiante y Competitivo. *Telos – Cuadernos de Comunicación Tecnología y Sociedad*. 42, pp. 23-38.
- MARTINS, M. L.C. 1994. *Análise Crítica da Programação da RDP2 Rádio Cultura*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade Nova de Lisboa.
- MARY, T. 2004. Public Service Broadcasting in an Enlarging Europe: Serving the Cultural Communities. In: D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp. 94-97.
- MASSEY, K. 1997. License Fee. In: H. NEWCOMB, ed. *The Encyclopedia of Television* [online]. Chicago: Museum of Broadcast Communications. [Acedido em 13/05/2009]. Disponível em: www.museum.tv
- MATTELART, A. 1995. Excepción o especificidad Cultural: Los Desafíos del GATT. *Telos: Cuadernos de Comunicación Tecnología Y Sociedad*. 42, pp. 15-28.
- MATTOS, S. 2002. *História da Televisão no Brasil*. Petropolis: Vozes.
- MAY, H., G.HEARN. 2005. The Mobile Phone as Media. *International Journal of Cultural Studies*. 82 (2), pp. 195-211.
- McDONNELL, J. 1991. *Public Service Broadcasting: a reader*. London: Routledge.
- McDONNELL, J. 1991. *Public Service Broadcasting: a Reader*. London: Routledge.
- McDONOUGH, P. 2006. Habitus and the practice of public service. *Work, Employment and Society*. 20 (4), pp. 629-647.
- McGONAGLE, T. 2008 The Quota Quandary: an Assessment of Articles 4–6 of the Television Without Frontiers Directive. In: D. WARD, ed. *The European Union and the Culture Industries: Regulation and the Public Interest*. Hampshire: Ashgate, pp. 187-213.
- McKINSEY & COMPANY. 2004. Review of Public Broadcasting Around the World. [Acedido em 20/05/2010] Disponível em: http://www.mckinsey.com/practices/mediaentertainment/home/content/pdfs/PSB_Review.pdf.

- McLUHAN, M. 1995. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São Paulo: Editora Cultrix.
- McNAIR, B. HIBBERD, M. 2003. Mediated Access: Political Broadcasting, the Internet and Democratic Participation. In: G. F. LOWE, T. HUJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp. 269-283.
- McQUAIL, D. 1983. *Mass Communication Theory*. London : Sage.
- McQUAIL, D. 1987. *Mass Communication Theory: an introduction*. London: Sage
- McQUAIL, D. 1992. *Media performance: Mass Media and the Public Interest*. London: Sage.
- McQUAIL, D. 2004. Introduction. In: M. KELLY, G. MAZZOLENI, D. MCQUAIL, eds. *The Media in Europe: The Euromedia Handbook*. London: Sage, pp. 1-4.
- McQUAIL, D. 2007. The Current State of Media Governance in Europe. In: G. TERZIS, ed. *European Media Governance: National and Regional Dimensions*. Bristol: Intellect Books, pp. 17-26.
- McQUAIL, D. 2011. The Media in Europe Today. In: J. TRAPPEL, A. M. WERNER, D. LEEN, S. JEANETTE, T. BARBARA, eds. *Media in Europe Today*. Bristol: Intellect, pp 11-23.
- McQUAIL, D., K. SIUNE, eds. 1986. *New Media Politics : Comparative Perspectives in Western Nations*. London : Sage Publications.
- MEDIADEM. 2010. *Background Information report: Media Policies and Regulatory Practices in a Selected Set of European Countries, the EU and the Council of Europe* [online]. Mediadem. [Acedido em 02/05/2011]. Disponível em: www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/BIR.pdf.
- MEDITSCH, E. 1995. Sete Meias-verdades e um Lamentável Engano que Prejudicam o Entendimento da Linguagem do Radiojornalismo na Era Eletrônica. In: Universidade de Coimbra. Coimbra, 9 de novembro de 1995. [Acedido em 02/05/2009]. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-meias-verdades.html>.
- MEDITSCH, E. 1999. *A Rádio na Era da Informação*. Coimbra: Minerva.
- MEDITSCH, E. 2005. Rudolf Arnheim e o Potencial Expressivo do Rádio. In: E. Meditsch, ed. *Teorias do Rádio: textos e contextos, volume I*. Florianópolis: Editora Insular, pp. 99-111.
- MEIER, H., E. 2003. Beyond Convergence: Understanding Programming Strategies of Public Broadcasters in Competitive Environments. *European Journal of Communication*. 18 (3), pp. 337-365.

- MEIER, W. A. 2011. From Media Regulation to Democratic Media Governance. In: J. TRAPPEL, W. MEIER, L. D'HAENENS, J. STEEMERS, B. THOMASS, eds. *Media in Europe Today*. Bristol: Intellect, pp. 153-166.
- MEIJER, I. C. 2005. Ratings vs Quality in Public Broadcasting. *European Journal of Communication*. 20 (1), pp.27-53.
- MENDEL, T. 2005. *A Model Public Service Broadcasting Law*. London : Article 19.
- MENDEL, T. 2011. *Public Service Broadcasting: Comparative Legal Survey*. Paris: Unesco.
- MENESES, J. P. 2007. Internet: Possibilidades e Ameaças para a Rádio Musical. *BOCC* [online]. [Acedido em 02/09/2010]. Disponível em: bocc.ubi.pt/pag/meneses-joao-paulo-internet-possibilidades-ameacas.pdf.
- MENESES, J. P. 2008. *A Decadência da Rádio Funcionalista Pelos Consumidores Activos da Internet*. Tese de doutoramento, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación da Universidad de Vigo.
- MESQUITA, M., A. REIS, J. M. NUNES. 1996. Os Meios de Comunicação Social. In: A. REIS, coord. *Portugal 20 anos*. Lisboa: Temas e Debates.
- MICHALIS, M. 1999. European Union Broadcasting and Telecoms: Towards a Convergent Regulatory Regime? *European Journal of Communication*. 14 (2), pp. 147-171.
- MICHALIS, M. 2007. *Governing European Communications: From Unification to Coordination*. Plymouth: Lexington Books.
- MICHALIS, M. 2010. EU Broadcasting Governance and PSB: Between a Rock and a Hard Place. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp 36-48.
- MIDÕES, M. 1986. A Pesquisa de Audiência na Rádio. In: RDP. *60 Anos de Rádio em Portugal*. Lisboa: Edições Vega, pp. 47-58.
- MIGUEL, A. 1992. *Rádio Renascença: Os Trabalhos e os Dias (1933-1948)*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- MOE, H. 2008. Discussion Forums, Games and Second Life: Exploring the Value of Pulic Broadcaster's Marginal Online Activities. *Convergence*. 14 (3), pp. 261-276.

- MOE, H. 2008a. Public Service Media Online? Regulating Public Broadcaster's Internet Services a Comparative Analysis. *Television & New Media*. 9 (3), pp. 220-238.
- MOE, H. 2008b. Dissemination and Dialogue in the Public Sphere: a Case for Public Service Media Online. *Media, Culture & Society*. 30 (3), pp. 319-336.
- MOE, H. 2008c. Defining Public Service beyond Broadcasting: The Legitimacy of Different Approaches. *In: RIPE@2008: Public Service Media in the 21st Century: Participation, Partnership and Media Development*. Mainz, 9-11 October 2008.
- MONTEIRO, D. J. 2008. *O Serviço Público de Radiodifusão: o Caso da Antena 3*. Seminário de investigação, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa.
- MOONEY, P. 2004. *Public Service Broadcasting. Report by the Committee on Culture, Science and Education* [online]. Brussels: Parliamentary Assembly of the Council of Europe. [Acedido em 29/03/2010]. Disponível em: <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=http://assembly.coe.int/Documents/WorkingDocs/Doc04/EDOC10029.htm>.
- Moore, M. 1995. *Creating Public Value: Strategic Management in Government*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- MOORES, S. 1993. *Interpreting Audiences - The Ethnography of Media Consumption*. London: Sage Publications.
- MORELLO, A., VERMAELE, L. 2008. "Unique Digital Radio" for Europe: Editorial. *EBU Technical Review* [online]. 2008k, [Acedido em 02/01/2010]. Disponível em: http://tech.ebu.ch/webdav/site/tech/shared/techreview/trev_2008-Q3_editorial.pdf.
- MORING, T., J. SALMI. 1998. Public Service Radio Programming for Minority Language Audience(s) in a Competitive Market: The Case of the Swedish-Speaking Minority in Finland. *International Communication Gazette*. 60 (4), pp. 325-342.
- MORRIS, M., C. OGAN. 1996. The Internet as a Mass Medium. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 1 (4), [Acedido em 02/08/2010]. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1996.tb00174.x/full>.
- MULLANE, M. 2005. More Platforms than Grand Central Station. *Diffusion Online* [online]. agosto 2005, [Acedido em 03/05/2009]. Disponível em: www.ebu.ch/CMSimages/en/online_35_e_radio_news_tcm6-39591.pdf.

- Murdock G., P. Golding. 1999. Common Markets: Corporate Ambitions and Communication Trends in the UK and Europe. *Journal of Media Economics*. 12 (2), pp. 117-132.
- MURDOCK, G. 2004. Building the Digital Commons: Public Broadcasting in the Age of the Internet. In: The 2004 Spry Memorial Lecture Vancouver. Montreal, 18 November 2004. [Acedido em 12/03/2010]. Disponível em: https://pantherfile.uwm.edu/type/www/116/Theory_OtherTexts/Theory/Murdock_BuildingDigitalCommons.pdf.
- MURPHY, A., R. POOLE. 2006. AMSS - Does Your Radio Know What it is Listening to? *EBU Technical Review* [online]. 305, [Acedido em 05/05/2008]. Disponível em: http://tech.ebu.ch/webdav/site/tech/shared/techreview/trev_305-murphy.pdf.
- MURRONI, C., N. IRVINE. 1997. The Best Television in the World. In: C. MURRONI, N. IRVINE, eds. *Quality in Broadcasting*. London: Institute for Public Policy Research, pp. 1-18.
- NÄRÄNEN, P. 2003. European Regulation of Digital Television. The Opportunity Lost and Found? In: G. F. LOWE, T. HUJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp. 57-69.
- NEGROPONTE, N. 1996. *Ser Digital*. Lisboa: Ed. Caminho.
- NELSON, C., P. TREICHLER., L. GROSSBERG. 1992. Cultural Studies: An Introduction. In: L. GROSSBERG, C. NELSON, P. TREICHLER, eds. *Cultural Studies*. New York: Routledge, pp. 1-16.
- NGOMBA, T. 2007. Public Service Broadcasting and Multiculturalism [Online]. [Acedido em 23/05/2010]. Disponível em <http://www.waccglobal.org/en/20072-mediating-the-middle-east/451-Public-service-broadcasting-and-multiculturalism.html>.
- NICOLTCHEV, S. ed. 2007. *IRIS Special; The Public Service Broadcasting Culture*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- NILSSON, A., U. NULDÉN, D. OLSSON. 2001. Mobile Media: The Convergence of Media and Mobile Communications. *Convergence*. 7 (1), pp. 34-39.
- NISSEN, C. 2006. *Public Service Media in the Information Society. Report Prepared for the Council of Europe's Group of Specialists on Public Service Broadcasting in the Information Society (MC-S-PSB)*. Strasbourg: Media Division of the Directorate General of Human Rights - Council of Europe.

- NORRIS, P. 2001. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. New York: Cambridge University Press.
- NOSBONNE, C. 2007. Les Evolutions du Service Public: Une Mise en Perspective des Situations Allemande, Britannique, Française et Italienne. *Télescope* [online]. 14 (1), [Acedido em 15/12/2010], pp. 23-38. Disponível em: http://www.enap.ca/OBSERVATOIRE/docs/Telescope/Volumes12-15/Telv14n1_service_public.pdf
- NOSBONNE, C. 2008. Evolutions des Valeurs et Pratiques du Service Public. Une Mise en Perspective Européenne. *Les Nouveaux Cahiers du Grée* [online]. 5, Avril 2008, [Acedido em 13/05/2009]. Disponível em: http://gree.univnancy2.fr/digitalAssets/85624_Les_nouveaux_cahiers_du_GREE_n_5_avec_couv.pdf.
- NUNES, J.P.A. 1997. O Mundo Entre as Guerras. In: A.A.S. RODRIGUES, ed. *História Comparada*. Lisboa: Temas e Debates, pp. 277-359.
- O'LEARY, T. 1993. Terrestrial Digital Audio Broadcasting in Europe. *EBU Technical Review* [online]. 255, [Acedido em 27/05/2009]. Disponível em: http://tech.ebu.ch/webdav/site/tech/shared/techreview/trev_255-o_learny.pdf.
- O'NEILL, B. 2009. DAB Eureka-147: a European Vision for Digital Radio. *New Media Society* 11 (1-2), pp. 261-278.
- OFCOM, 2004. *Looking at the Future of Public Service Broadcasting*. London: Office of Communications.
- OFCOM, 2008. *Ofcom's Second Public Service Broadcasting Review Annex 7. A Synopsis of Oliver & Ohlbaum's Economic Modelling of Future Scenarios for Public Service Content. Phase One*. London: Office of Communications.
- OFCOM. 2007. The Future of Radio: The Future of FM and AM Services and the Alignment of Analogue and Digital Regulation [Online]. [Acedido em 05/05/2009]. Disponível em http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/radio_future/responses/DannyAlexanderMP.pdf.
- OKIGBO, C. 1997. Broadcasting Liberalization: Implications for Educational and Cultural Functions of Broadcasting in Sub-Saharan África. *Public Service Broadcasting: Cultural and Educational Dimensions*. Paris: UNESCO, pp. 149-168.

- PACHECO, M. 2010. *A Rádio na Internet: Do "On Air" Para o "Online". Estudo de Caso do Serviço Público e o Caminho Para o Futuro*. Trabalho de Projecto de Mestrado em Novos Media e Práticas Web, UNiversidade Nova de Lisboa.
- PADOVANI, C. 2010. Public Service Communication in Italy: Challenges and Opportunities. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp 183-196.
- PADOVANI, C., M. TRACEY. 2003. Report on the Conditions of Public Service Broadcasting. *Television New Media*. 4 (2), pp. 131-153.
- PAISANA, M., J. VIEIRA. 2011. *A Rádio em Rede - Sociedade em Rede Portugal 2010* [online]. Lisboa: Obercom. [Acedido em 10/09/2011]. Disponível em: www.obercom.pt/content/717.np3.
- PALZER, C. 2007. Germany. In: S. NIKOLTCHEV, ed. *IRIS Special: The Public Service Broadcasting Culture*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, pp 39-58.
- PAPATHANASSOPOULOS, S. 1990. Public Service Broadcasting and Deregulatory Pressures in Europe. *Journal of Information Science*. 16, pp. 113-120.
- PAPATHANASSOPOULOS, S. 2010. The 'State' of 'Public' Broadcasting in Greece. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp 222-232.
- PATRÍCIO, J. 1971. *Notas do Dia Renovação na Continuidade 1969-1970*. Lisboa: Emissora Nacional de Radiodifusão.
- PAVLIK, J. V. 2004. A Sea-Change in Journalism: Convergence, Journalists, their Audiences and Sources. *Convergence*. 10 (4), pp. 21-29.
- PEASE, E.C. e E. E. DENNIS. 1995. *Radio: The forgotten medium*. New Jersey: Transaction Publishers
- PÉREZ, A. G. 2007. Spain. In: S. NIKOLTCHEV, ed. *IRIS Special: The Public Service Broadcasting Culture*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, pp 61-72.
- PERRYMAN, N. 2008. Doctor Who and the Convergence of Media. *Convergence*. 14 (1), pp. 21-39.
- PHILLIPOS, K., P. SPYROPOULOS, C. SPYROPOULOS, T. FORTSAKIS, 2009. *Constitutional Law in Greece*. The Netherlands: Kluwer Law International.
- PICARD, R. 2002. *The Economics and Financing of Media Companies*. New York: Fordham University Press.

- PICARD, R. G. 2005. Audience Relations in the Changing Culture of Media Use: Why Should I Pay the Licence Fee? *In: G. F. LOWE, P. JAUERT, eds. Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting.* Göteborg: Nordicom, pp. 277-292.
- PICARD, R. G. 2006. Financing Public Media: the Future of Collective Funding. *In: C. S. NISSEN, ed. Making a Difference. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape.* Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 183-196.
- PICARD, R., G. 2001. Audience Economics of European Union Public Service Broadcasters: Assessing Performance in Competitive Markets. Discussion C1/2001. Turku: Turku School of Economics and Business Administration.
- PIERSON, C., F. G. CASTLES, eds. 2006. *The Welfare State Reader.* Cambridge: Polity Press
- PINTO, F.C., A. VIDEIRA, A. MA, L. CUTHBERT. 2011. Efficient Big Brother Networks. *In: International Conference on Computers as a Tool - IEEE Eurocon2011.* Lisbon, April 2011.
- PINTO, F.C., A. VIDEIRA, N. CARAPETO, M. DINIS. 2010. Context-aware Multimedia Distribution for Multiparty Communications. *In: 6th ICST International Mobile Multimedia Communications Conference - MOBIMEDIA 2010.* Lisbon, September 2010.
- PODKALICKA, A. 2008. Public Service Broadcasting as an Infrastructure of Translation in the Age of Cultural Diversity: Lessons for Europe from SBS Australia. *Convergence.* 14. (3), pp. 323-333.
- PORTELA, P. 2006. *Rádio na Internet em Portugal – A Abertura à Participação num Meio em Mudança.* Tese de mestrado, Universidade do Minho.
- PRADO, E. 1994. El Nuevo Sistema Radiofónico y la Configuración del Estado: La Sintonía de la Radio Española. *Comunicación Social 1994/Tendencias: Los Medios en la Configuración del Estado.* Madrid: Fundesco, pp. 235-239.
- PRESTON, P. 2009. An Elusive Trans-National Public Sphere? *Journalism Studies.* 10 (1), pp. 114-129.
- PRICE, E. M., M. RABOY, eds. 2003. *Public Service Broadcasting in Transition: A Documentary Reader.* New York: Kluwer Law International.
- PRICE, E.M., VERHULST, S. 2003. Public Service Broadcasting: A Comparative and Analytic Approach. *In: E. M. PRICE, M. RABOY, eds. Public Service Broadcasting in Transition: A Documentary Reader.* New York: Kluwer Law International, pp. 165-180.

- PRIEBS, N. 2004. Learning From Abroad: Regulating Public Service Broadcasting in Germany, Japan and the UK. In: J. COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 116-130.
- PRIESTMAN, C. 2002. *Web Radio: Radio Production for Internet Streaming*. London: Focal Press.
- PROSSER, T. 2005. *The Limits of Competition Law – Markets and Public Services*. Oxford: Aoxford University Press.
- PROSSER, T. 2007. United Kingdom. In: S. NIKOLTCHEV, ed. *IRIS Special: The Public Service Broadcasting Culture*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, pp 103-114.
- RABOY, M. 1997. The World Situation of Public Service Broadcasting: Overview and Analysis. *Public Service Broadcasting: Cultural and Educational Dimensions*. Paris: UNESCO, pp. 19-56.
- RABOY, M. 2002. Rethinking Broadcasting Policy in a Global Media Environment. In: RIPE@2002. Helsinki, Finland. 17-19 January 2002. [Acedido em 10/09/2010]. Disponível em <http://ripeat.org/wp-content/uploads/2010/03/raboy.pdf>.
- RABOY, M. 2003b. Media and Democratization in the Information Society. In: S. SIOCHRU, B. GIRARD, eds. *Communicating in the Information Society*. Geneva: United Nations Research Institute for Social Development, pp. 101-121.
- RABOY, M. 2008. Dreaming in Technicolor: The Future of PSB in a World Beyond Broadcasting. *Convergence*. 14 (3), pp. 361-365.
- RABOY, M., I. BERNIER, F. SAUVAGEAU, D. ATKINSON. 1994. Cultural Development and the Open Economy: A Democratic Issue and a Challenge to Public Policy. *Canadian Journal of Communication*. 3 (3).
- RAINAUD, J. M. 1999. *La Crise du Service Public Français*. Paris: PUF.
- RANGEL, E. 1986. Rádios Livres em Portugal. In: RDP. *60 Anos de Rádio em Portugal*. Lisboa: Edições Vega, pp. 69-72.
- REDMOND, P. 2004. Public Service Content: The Conditions for Creativity. In: J. COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 74-88.

- REIS, A. 1996. Os valores Salazaristas. In: A.REIS, dir. *Portugal Contemporâneo, vol. 2*. Lisboa: Publicações Alfa, pp. 717-723.
- REIS, A., 1996. A Televisão: Arma do Poder e Janela Para o Mundo. In: A. REIS, dir. *Portugal Contemporâneo, vol. 3*. Lisboa: Publicações Alfa, pp. 203-206.
- RIBEIRO, A. S. 2003. Prefácio. In: T.W. ADORNO, ed. *Sobre a Indústria da Cultura*. Coimbra: Angelus Novus, pp. 7-20.
- RIBEIRO, F. C. 1986. Rádio-Teatro. In: RDP. *60 anos de Rádio em Portugal*. Lisboa: Edições Vega, pp. 29-33.
- RIBEIRO, N. 2002. *A Rádio Renascença e o 25 de Abril*. Lisboa: Universidade Católica.
- RIBEIRO, N. 2005. *A Emissora nacional nos Primeiros Anos do Estado Novo 1933-1945*. Lisboa: Quimera Editores.
- RICHERI, G. 1983. Los Processos de Transformación de la Actividad Televisiva y las Tendencias de los Años Ochenta. In: G. RICHERI, ed. *La Televisión: Entre Servicio Público y Negócio. Estudios sobre la Transformación televisiva en Europa Occidental*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 140-147.
- RICHERI, G. ed. 1995. *La Televisión: Entre Servicio Público y Negócio. Estudios Sobre la Transformación Televisiva en Europa Occidental*. Barcelona: Gustavo Gili.
- RIDINGER, M. 2009. The Public Service Remit and the New Media. *Iris Plus*, 6. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. pp 2-12.
- RIFKIN, J. 2004. *The European Dream : How Europe's Vision of the Future is Quietly Eclipsing the American Dream*. Cambridge : Polity Press.
- RODRIGUES, A. A. S. 1997. O Pós-Guerra. In: A. RODRIGUES, dir. *História Comparada Portugal – Europa e o mundo, vol.2*. Lisboa, Temas e Debates, pp. 397-638.
- RODRIGUEZ, A.P. 1996. História do Jornalismo Português. In: A.P. QUINTERO, ed. *História da Imprensa*. Lisboa: Plátano Editora, pp. 351-369.
- ROLLAND, A., ØSTBYE, H. 1986. Breaking the Broadcasting Monopoly. In: D. McQUAIL, K. SIUNE, eds. *New Media Politics: Comparative Perspectives in Western Europe*. London: Sage, pp. 115-130.

- RONCAGLIOLO, R. 1997. Latin América: Community Radio and Television as Public Service Broadcasting. *Public Service Broadcasting: Cultural and Educational Dimensions*. Paris: UNESCO, pp. 171-181.
- ROPPEN, J. 2008. Public service market? Commercial activities of the Norwegian Broadcasting Corporation (NRK). *Central European Journal of Communication*. 1 (1), pp. 97-93.
- ROSAS, F. 1994. *O Estado Novo (1926-1974)*. Lisboa: Editorial Estampa.
- ROSE, N., P., MILLER. 1992. Political Power Beyond the State: Problematics of Government. *British Journal of Sociology*. 43 (2), pp. 172-205.
- ROTHENBUHLER, E. W. 1996. Commercial Radio as Communication. *Journal of Communication*. 46 (1), pp. 125-143.
- RUDIN, R. 2006. The Development of DAB Digital Radio in the UK: The Battle for Control of a New Technology in an Old Medium. *Convergence*. 12 (2), pp. 163-178.
- RUMPHORST, W. 1999. *Model Public Service Broadcasting Law*. International Telecommunication Union /A375 UNESCO.
- RUMPHORST, W. 2004. Public Service Broadcasting in an Enlarging Europe: Contributing to European Policy Objectives. In: D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp 64-69.
- RUMPHORST, W. 2004b. *The Position of Public Broadcasting in Europe: An Essential Territory for Cohesion Werner Rumphorst* [online]. [Acedido em 04/06/2009]. Disponível em: www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_p_psb_wr_031104_tcm6-18580.pdf.
- RUMPHORST, W. 2007. *Public Service Broadcasting – Model Law* [online]. [Acedido em 03/05/2009]. Disponível em: <http://www.pdfbe.com/33/33e00f3d3bc52f83-download.pdf>.
- SAINT-EXUPÉRY, A. 1990. Lettre à un Otage. Traduzido por João Medina. In: J. Medina, dir. *História Contemporânea de Portugal*. Lisboa: Multilar, pp. 153-154.
- SANKER, R. 2004. Commercial Public Service Children’s Television: Oxymoron or Media Commons for Savvy Kids? *European Journal of Communication*. 19 (4), pp. 435-457.
- SANTOS, R. 2000. Nos 75 Anos de Emissões Regulares de Rádio – Histórias de Pioneiros. *Observatório*. 2, pp. 127-136.

- SANTOS, R. 2003. Rádio Clube Português – da Escassez de Frequências à Grande Importância no Meio Radiofónico Nacional (1931-1936). *Media & jornalismo*. 3, pp.51-66.
- SARIKAKIS, K. 2010. For Culture and Democracy: Political Claims for Cosmopolitan Public Service Media. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp 88-100.
- SASSOON, D. 1985. Italy: The Advento of Private Broadcasting. In: R. KUHN, ed. *The Politics of Broadcasting*. Sidney: Croom Helm, pp. 119-157.
- SAVOIE, D. J. 1994. *Reagan, Thatcher, Mulroney: In Search of a New Bureaucracy*. Pittsburg: University of Pittsburg Press.
- SCANNELL, P. 1995. For a Phenomenology of Radio and Television. *Journal of Communication*. 54 (3), pp. 4-19.
- SCANNELL, P. 2005. The Meaning of Broadcasting in the Digital Era. In: G. F. LOWE, P. JAUERT, eds. *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg: Nordicom, pp. 129-142.
- SCHILLER, H. 1983. La Comunicación Sigue al Capital. In: G. RICHERI, ed. *La Televisión: Entre Servicio Público y Negócio. Estudios sobre la Transformación Televisiva en Europa Occidental*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 51-70.
- SCHLESINGER, P., J. E. FOSSUM. 2007. Conclusion. In: J. E. FOSSUM, P. SCHLESINGER, eds. *The European Union and the public Sphere*. London: Routledge, pp. 279-285.
- SCREEN DIGEST, RIGHTSCOM, GOLDMEDIA, CMS HASCHE SIGLE. 2006. *Interactive Content and Convergence: Implications for the Information Society. A Study for the European Commission (DG Information Society and Media)* [online]. [Acedido em 30/05/2010]. Disponível em: http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/docs/studies/interactive_content_ec2006.pdf.
- SEATON, J. 2008. A Diversity of Understanding. In: T. GARDAM, A. LEVY, eds. *The Price of Plurality: Choice, Diversity and Broadcasting Institutions in the Digital Age*. Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism, pp. 120-124.

- SHAW, H. 2006. The Digital Future of Radio: Broadcasters and Economics; Users and Contents. *In: European Communication Conference, 24-26 November 2006, Amsterdam* [Acedido em 29/05/2009]. Disponível em <http://www.athenamedia.ie/downloads/digital%20future%20of%20Radio%20Shaw%20-%20May%202006.doc>.
- SHULZYCKI, A. 2007. Radio in Europe: Trends and Audiences. The EBU Radio Assembly. Dublin, April 2007
- SILVA, J. G. 2002a. A Rádio em Datas em Portugal. 26/08/2002. *Telefonia Sem Fios* [online]. [Acedido em 01/09/2009]. Disponível em: <http://telefoniano.sapo.pt/datesportugal.htm>.
- SILVA, J.G. 2002b. Da Telegrafia Sem à Radiodifusão. 30/04/2002. *Telefonia Sem Fios* [online]. [Acedido em 01/09/2009]. Disponível em: <http://telefoniano.sapo.pt/born.htm>.
- SILVA, J. G. 2003. A Telegrafia Sem Fios em Portugal. 04/08/2003. *Telefonia Sem Fios* [online]. [Acedido em 01/09/2009]. Disponível em: <http://telefoniano.sapo.pt/telegrafic.htm>.
- SILVA, J. N. C. 2008. *Mercado e Estado – Serviços de Interesse Económico Geral*. Coimbra: Edições Almedina.
- SILVEIRA, J. 1996. As Guerras Coloniais e a Queda do Império. *In: A. REIS, dir. Portugal Contemporâneo, vol. 3*. Lisboa: Publicações Alfa, pp. 71-106.
- SINGER, A. 2008. Mass Literacy in the Digital Age. *In: T. GARDAM, A. LEVY., eds The Price of Plurality: Choice, Diversity and Broadcasting institutions in the Digital Age*. Oxford: Reuters Institute of Journalism, pp. 148-152.
- SKIÖLD, D. 2006. An Economic Analysis of DAB & DVB-H. *EBU Technical Review* [online]. 305, [Acedido em 04/05/2008]. Disponível em: http://tech.ebu.ch/webdav/site/tech/shared/techreview/trev_305-skiold.pdf.
- SLOT, H., B., 2004. Opening Session and Keynote Speech. *In: D. WARD, ed. The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp. 14-16.
- SMUDITS, A. 1997. The Case of Western Europe. *Public Service Broadcasting: Cultural and Educational Dimensions*. Paris: UNESCO, pp. 91-122.
- SØNDERGAARD, H. 1996. Public Service After the Crisis. *Nordicom Review*. Special Issue (1), pp. 107-120.

- SØNDERGAARD, H. 1999. Some Reflections on Public Service Broadcasting. *Nordicom Review*. 20 (1), pp. 21-27.
- SOUCHON, M. 1995. What Does a 'Significant Audience' Mean for a Public Broadcaster? In: *Seminar on The Impact of the Changing Environment on Public Service Broadcasting in Asia, 29 September 1995, Seoul*.
- SOUSA, H. 2008. Políticas da Comunicação no Novo Milénio: Crises, Impasses e Fracturas. In: M. PINTO, coord. *Os Media em Portugal nos Princípios do Século XXI, Cronologia e Leitura de Tendências (2000-2004)*. Porto, Campo das Letras, pp. 13-32.
- SPIKOFSKI, G., S. KLAR. 2003. DAB and CD Quality — Reality or Illusion. *EBU Technical Review* [online]. 296, [Acedido em 04/09/2008]. Disponível em: http://www.ebu.ch/en/technical/trev/trev_296-dab.pdf.
- SPINELLI, M. 2000. Democratic Rhetoric and Emergent Media. *International Journal Of Cultural Studies*. 3 (2), pp. 268-278.
- SPLICHAL, S. 1994. *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe*. Boulder: Westview press
- SPLICHAL, S. 2006. In Search of a Strong European Public Sphere: Some Critical Observations on Conceptualizations of Publicness and the (European) Public Sphere. *Media, Culture & Society*. 28 (5), pp. 695-714.
- STARK, E. 2006. Free Culture and the Internet: a New Semiotic Democracy. *Open Democracy* [online]. [Acedido em 03/05/2009]. Disponível em: http://www.opendemocracy.net/arts-commons/semiotic_3663.jsp.
- STAVISKY, A. G., R. K. AVERY. 2003. U.S. Public Broadcasting and the Business of Public Service. In: G. F. LOWE, T. HUJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp. 137-145.
- STEEMERS, J. 1999. Between Culture and Commerce. The Problem of redefining Public Service Broadcasting for the Digital Age. *Convergence*. 5 (3), pp. 44-67.
- STEEMERS, J. 2001. In Search of a Third Way: Balancing Public Purpose and Commerce in German and British Public Service Broadcasting. *Canadian Journal of Communication*. 26, pp. 69-87.

- STEEMERS, J. 2003. Public Service Broadcasting is Not Dead Yet: Strategies in the 21st Century. In: G. F. LOWE, T. HUIJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp. 123-135.
- STEPKA, P. 2010. Public Service Broadcasting in Poland: Between Politics and Market. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp. 233-244
- STERLING, C. H. 2004. *The Museum of Broadcast Communications Encyclopedia of Radio*. New York: Fitzroy Dearborn
- STILES, J. M., C. WEEKS. 2006. *Towards an Improved Strategy of Support to Public Service Broadcasting: Evaluation of UNESCO's Support to Public Service Broadcasting 2002-2005*. Paris: UNESCO.
- SYVERTSEN, T. 1999. The Many Uses of the 'Public Service' Concept'. *Norficom Review*. 20 (1), pp. 5-12.
- SYVERTSEN, T. 2003. Challenges to Public Television in the Era of Convergence and Commercialization. *Television New Media*. 4 (2), pp. 155-175.
- TABORDA, M. J. 2010. *A Utilização da Internet em Portugal 2010*. Lisboa: LINI – Lisbon Internet and Networks International Research Programme [online]. [Acedido em 02/02/2011]. Disponível em: www.unic.pt/images/stories/noticias/Relatorio_LINI_UMIC_InternetPT.pdf.
- TACCHI, J. 2000. The Need for Radio Theory in the Digital Age. *International Journal of Cultural Studies*. 3 (2), pp. 289-298.
- TAIT, R. 2008. Imparciality – Why it Must Stay. In: T. GARDAM, A. LEVY, eds. *The Price of Plurality: Choice, Diversity and Broadcasting Institutions in the Digital Age*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, pp. 110-115.
- TAMBINI, D. 2004. The Passing of Paternalism: Public Service Télévision and Increasing Channel Choice. In: J. COWLING, D. TAMBINI, eds. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: IPPR, pp. 46-61.
- TAMBINI, D. 2006. On-demand in Demand: Public Service Broadcasters, New Services and Copyright. In: C. S. NISSEN, ed. *Making a Difference: Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 115-134.

- TEER-TOMASELLI, R., T.K. BOAFO. 1997. International Round Table on the Cultural and Educational Functions of Public Service Broadcasting: Synthesis of Discussions. *Public Service Broadcasting: Cultural and Educational Dimensions*. Paris: UNESCO, pp. 182-192.
- TERRINGTON, S., M. ASHWORTH. 2008. Plurality: What Do We Mean by it? What Do We Want from it? In: T. GARDAM, D., A. LEVY, eds. *The Price of Plurality: Choice, Diversity and Broadcasting institutions in the Digital Age*. Oxford: Reuters Institute of Journalism, pp. 51-57.
- THOMASS, B. 2006. Public Service Broadcasting Beyond National Boundaries: Its Performance for European Public Spheres. In: *RIPE 2006, 16-18 November, 2006, Amsterdam* [Acedido em 7/05/2009]. Disponível em <http://ripeat.org/wp-content/uploads/2010/03/Thomass.pdf>.
- THOMASS, B. 2010. PSB and the European Public Sphere. In : P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp. 63-75.
- THOMASS, B., H. KLEINSTEUBER. 2011. Comparing Media Systems: The European Dimension. In: J. TRAPPEL, A. M. WERNER, D. LEEN, S. JEANETTE, T. BARBARA, eds. *Media in Europe Today*. Bristol: Intellect, pp. 25-41.
- THOMASS, B. 2003. Knowledge Society and Public Sphere : Two Concepts for the Remit. In LOWE, G. F., T. HUJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp. 29-38.
- THULIN, E., B. VIHELMSON. 2007. Mobiles Everywhere: Youth, the Mobile Phone, and changes in everyday Practice. *Young*. 15 (3), pp. 235-253.
- TRACEY, M. 1998. *The Decline And Fall Of The Public Service Broadcasting*. Oxford: Oxford University Press.
- TRAPPEL, J. 2008. Online Media Within the Public Service Realm? Reasons to Include Online Into the Public Service Mission. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 14 (3), pp. 313-322.
- TRAPPEL, J., W. MEIER, L. D'HAENENS, J. STEEMERS, B. THOMASS. eds. 2011. *Media in Europe Today*. Bristol: Intellect.
- TUNSTALL, J. 2010. The BBC and UK Public Service Broadcasting. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp 145-157.

- UNDP, ed. 2004. *Supporting Public Service Broadcasting: Learning from Bosnia and Herzegovina's Experience*. New York: UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAM - Democratic Governance Group.
- UNESCO. 1995. Working Document. CII95/Conf. In International Roundtable on Cultural and Educational Functions of Public Service Broadcasting. Paris, 3-5 July 1995.
- UNGERER, H. 2003. Legal and Regulatory Aspects of Public Service Broadcasting – Panel Contribution. *In: Conference on Public Service Broadcasting, 19-20 September, 2003, Bucharest*.
- UNITED NATIONS. 2009. *The Global Economic and Financial Crisis*. New York: United Nations Publications.
- URSELL, G.D.M. 2001. Dumbing Down or Shaping Up? *Journalism*. 2 (2), pp. 175-196.
- VALENTE, J. 2009a. Concepções e Abordagens Conceituais Sobre Sistema Público de Comunicação. *In: INTERVOZES, ed. Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: Experiências de Doze Países e o Caso Brasileiro*. São Paulo: Paulus, Intervozes, pp. 25-45.
- VALENTE, J. 2009b. Sistema Público de Comunicação no Brasil. *In: INTERVOZES, ed. Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: Experiências de Doze Países e o Caso Brasileiro*. São Paulo: Paulus, Intervozes, pp 269-287.
- VALENTE, J. 2009c. Sistema Público de Comunicação do Reino Unido. *In: INTERVOZES, ed. Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: Experiências de Doze Países e o Caso Brasileiro*. São Paulo: Paulus/Intervozes, pp. 235-254.
- VALENTE, J. 2009d. Sistema Público de Comunicação da Alemanha. *In: INTERVOZES, ed. Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: Experiências de Doze Países e o Caso Brasileiro*. São Paulo: Paulus/Intervozes, pp. 47-62.
- VALENTE, J. 2009e. Sistema Público de Comunicação da Espanha. *In: INTERVOZES, ed. Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: Experiências de Doze Países e o Caso Brasileiro*. São Paulo: Paulus/Intervozes, pp. 117-136.
- VALENTE, J. 2009f. Sistema Público de Comunicação da Itália. *In: INTERVOZES, ed. Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: Experiências de Doze Países e o Caso Brasileiro*. São Paulo: Paulus/Intervozes, pp. 175-191.

- VALENTE, J., F. AZEVEDO. 2009. Sistema Público de Comunicação de Portugal. In: INTERVOZES, ed. *Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: Experiências de Doze Países e o Caso Brasileiro*. São Paulo: Paulus/Intervozes, pp. 213-233. (Coleção Comunicação).
- VAN CUILENBERG, J., D. MCQUAIL. 2003. Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication*. 18 (2), pp. 181-207.
- VAN DEN BULCK, H. 2007. Old Ideas Meet New Technologies: Will Digitalisation Save Public Service Broadcasting (Ideals) from Commercial Death? *Sociology Compass*. 1 (1), pp. 28-40.
- VAN DIJK, M., R. VAN NAHUIS, D. WWAAGMEESTER. 2006. Does Public Service Broadcasting Serve The Public? The Future of Television in the Changing Media Landscape. *De Economist*. 154 (2). pp 251-276.
- VAN EIJK, N. 2003. New European Rules for the Communications Sector. In: S. Nikoltchev, ed. *Iris Plus 2003-2. New European Rules for the Communications Sector*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, pp. 2-7.
- VARTANOVA, E. 2002. Digital Divide and the Changing Political/Media Environment of Post-Socialist Europe. *Gazette: International Journal for Communication Studies*. 64 (5), pp. 449-465.
- VARTANOVA, E., L.B. SAURA, J. STEEMERS, S. PAPATHANASSOPOULOS. 2011. Media Industries: Ownership, Copyright and Regulation. In: J. TRAPPEL, W. MEIER, L. D'HAENENS, J. STEEMERS, B. THOMASS, eds. *Media in Europe Today*. Bristol: Intellect, pp. 169-183.
- VARTANOVA, E., Y. N. ZASSOURSKY. 2003. Television in Russia: Is the Concept of PSB Relevant? In: G. F. LOWE, T. HUJANEN, eds. *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Göteborg: Nordicom, pp 93-107.
- WAGNER, M. A. 1999. *Liberalization and Public Service Broadcasting: Competition Regulation, State Aid And The Impact Of Liberalization* [online]. [Acedido em 05/05/2009]. Disponível em: www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_p_psb_liberalization_mw_tcm6-4356.pdf.
- WARD, D. 2003. Sate aid or band aid? An evaluation of the European Commission's approach to public service broadcasting. *Media, Culture & Society*. 25, pp. 233-250.
- WARD, D. 2006. Can the Market Provide? Public Service Media, Market Failure and Public Goods. In: C. NISSEN, ed. *Making a Difference: Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 51-64.

- WARD, D. 2008. The European Commission's State Aid Regime and Public Service Broadcasting. In: D. WARD, ed. *The European Union and the Culture Industries: Regulation and the Public Interest*. Hampshire: Ashgate, pp. 59-81.
- WEI, R. 2008. Motivations for Using the Mobile Phone for Mass Communications and Entertainment. *Telematics and Informatics*. 25, pp. 36-46.
- WEI, R., V. LO. 2006. Staying Connected While on the Move: Cell Phone Use and Social Connectedness. *New Media Society*. 8 (1), pp. 53-72.
- WESSBERG, A. 2004a. Responsibilities for Public Service Broadcasters in the Digital Age. In: D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp 131-138.
- WESSBERG, A. 2004b The Pivotal Role of Public Service Broadcasting in European Societies in the 21st Century. In: EBU Conference, 1-3 September 2004, Amsterdam.
- WESSBERG, A. 2005. Quality, Accountability and Assessment. In: G. F. LOWE, P. JAUERT, eds. *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting*. Göteborg: Nordicom, pp. 9-13.
- WHEELER, M. 1997. *Politics and the Mass Media*. Oxford: Blackwell.
- WHEELER, M. 2010. The European Union's Competition Directorate: State Aids and Public Service Broadcasting. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp. 49-62.
- WHITTINGDALE, J. 2008. Plurality Preserved: Rethinking the Case for Public Intervention in a New Media Market. In: T. GARDAM, A. LEVY, eds. *The Price of Plurality: Choice, Diversity and Broadcasting institutions in the Digital Age*. Oxford: Reuters Institute of Journalism, pp.41-46.
- WIETEN, J., G. MURDOCK e P. DAHLGREN. 2000. *Television Across Europe: a Comparative Introduction*. London: Sage.
- WILLIAMS, F., J. V. PAVLIK, eds. 1994. *The People's Right to Know: Media, Democracy and the information highway*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- WINOCUR, R. 2005. Radio and Everyday Life: Uses and Meanings in the Domestic Sphere. *Television & New Media*. 6 (3), pp. 319-332.

- WOLDT, R. 2010. Public Service Broadcasting in Germany: Stumbling Blocks on the Digital Highway. In: P. IOSIFIDIS, ed. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Hampshire: Palgrave, pp 171-182.
- WOLF, M. 1987. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.
- WOLFFENSPERGER, G. 2004. Chairman's Conclusions and Closing Speeches. In: D. WARD, ed. *The Key Role of Public Service Broadcasting in Europe in the 21st Century. Proceedings of the Conference, 1/3 September 2004, Amsterdam*, pp 150-156.
- WOLTON, D. 2000. *E Depois da Internet?* Lisboa: Difel.
- WOLTON, D. 2006. Public Service – Beyond the Obsession with Technology and the Markets. In: C. S. NISSEN, ed. *Making a Difference. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libbey Publishing, pp. 197-210.
- WRIGHT, B. E., S. K. PANDEY. 2008. Public Service Motivation and the Assumption of Person Organization Fit: Testing the Mediating Effect of Value Congruence. *Administration & Society*. 40 (5), pp. 502-521.
- WRTV. 2000. *Public Broadcasting: Why? How?* [online]. [Acedido em 12/10/2009]. Disponível em: unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058eo.pdf.
- ZUCULOTO, V. 2005. Debatendo com Brecht e sua Teoria do Rádio. In: E. Meditsh, ed. *Teorias do Rádio: textos e contextos, volume I*. Florianópolis: Editora Insular, pp. 47-60.

LISTA DE PERIÓDICOS CONSULTADOS

A Capital
Correio da Manhã
Diário Económico
Diário da Manhã
Diário de Lisboa
Diário do Minho
Diário de Notícias
Expresso
Jornal da Madeira

Jornal de Letras
Jornal de Notícias
Jornal Novo
O Dia
O Diabo
O Diário
O Independente
O Jornal
O Primeiro de Janeiro
O Século
Público
Rádio Nacional
Rádio-Semanal
Rádio e Televisão
Sábado
Semanário
Sete
Tal e Qual
TV Guia
Visão