

No primeiro aniversário da televisão privada em Portugal

De todos os países europeus, Portugal é aquele em que mais se vê televisão. Dados referentes a 1990 indicam, com efeito, que cada português passa, em média, três horas e quarenta e quatro minutos por dia diante de um televisor. Surgem, em seguida, a Irlanda e a Grã-Bretanha, com três horas e vinte minutos, a Itália, com três horas e dezassete minutos, a França, com três horas e dez minutos. Longe, bem longe, aparecem a Suíça, a Suécia e a Finlândia, com tempos médios que não excedem uma hora e quarenta minutos¹.

Para além das razões de ordem nomeadamente cultural que justificam tal atracção, importa destacar as consequências que daí advêm na formação da opinião. Para largos segmentos da população portuguesa a televisão constitui o meio, por excelência, de divertimento e de informação. Preenche, quase integralmente, os seus espaços de lazer. Configura as suas decisões, em particular as de natureza política. Provoca solidariedade e adesões. Mas também conflitos e rupturas por vezes não consciencializados.

A recente criação de canais privados, na sequência, aliás, do que vem sucedendo em todo o continente no decurso dos últimos vinte anos², ao modificar radicalmente o panorama do audiovisual em Portugal, coloca um problema de importância transcendente, tanto do ponto de vista político como sociológico, assente numa tripla interrogação: que futuro para o

* Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

¹ CARAT, *European Television Minibook*, 1992.

² A iniciativa neste domínio coube à Grã-Bretanha e à Bélgica, onde a televisão privada começou a funcionar em meados da década de 50. Vinte anos depois, o mesmo se verificou na Itália, com a irrupção de mais de meio milhar de cadeias privadas, que precederam a formação do grande império de Berlusconi. Em 1984 principiaram as emissões do Canal Plus, em França, e da Tele 5, na Alemanha. Na Holanda, na Grécia e em Espanha assistiu-se, no decurso de 1989, ao lançamento, respectivamente, da RTL 4, do Canal Mega e da Antena 3. Actualmente, o regime de monopólio de Estado vigora apenas na Áustria, na Dinamarca, na Irlanda e na Suíça.

serviço público de televisão quando confrontado com uma televisão comercial? Qual a influência da concorrência nos conteúdos da programação e da informação? Qual a resposta do mercado de publicidade às solicitações de quatro canais generalistas?

1. TELEVISÃO E PODER: LEGITIMIDADE E EFICÁCIA DOS ORGANISMOS REGULADORES

1.1. A ALTA AUTORIDADE PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

É lugar-comum denunciar a falta de rigor e de isenção que, historicamente, terá caracterizado a televisão portuguesa. No período revolucionário de 1974-1975 a RTP foi alvo dos ataques provenientes de um vasto espectro político que incluía socialistas, social-democratas e democrata-cristãos. Após as primeiras eleições legislativas e a formação de um governo homogéneo do PS, as críticas passaram a vir do Partido Comunista, das formações vagamente situadas na extrema-esquerda e ainda dos social-democratas e dos democrata-cristãos. A situação mudaria de novo com a formação, em 1980, da Aliança Democrática, que daria lugar aos protestos de socialistas e de comunistas. De 1983 a 1985 multiplicar-se-iam as reclamações à esquerda e à direita do bloco central. Enfim, ao longo dos últimos oito anos apenas os social-democratas, ou melhor, a tendência declaradamente próxima de Cavaco Silva, se tem declarado satisfeita.

Num ou noutro momento a ninguém faltou a ocasião de exprimir o seu descontentamento. A criação de canais privados assumiu-se, assim, como uma autêntica panaceia para a maioria dos partidos de oposição (excluiu-se naturalmente o PCP, cuja posição face à privatização do sector se manteve quase inalterável, evoluindo apenas da contestação frontal à contestação mitigada). Não estranha, portanto, que, compelido embora a admitir operadores privados, o governo de Cavaco Silva tenha, a esse respeito, dado provas de uma circunspeção que contrasta com os ardores manifestados pelo seu partido no início da década de 80. Tal como não espantam os ímpetus liberalizantes manifestados pelos socialistas na fase culminante do processo.

Em dezanove anos a RTP conheceu dezoito presidentes: miscelânea que reflecte o ziguezaguear da política portuguesa. Ao legislar sobre a abertura do sector, a Assembleia da República instituiu, por outro lado, em 30 de Junho de 1990, a Alta Autoridade para a Comunicação Social, com competências para «assegurar o exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa, zelar pela independência dos órgãos de comunicação social perante os poderes político e económico, salvaguardar a possibilidade de expressão e confronto, através dos meios de informação, das diversas correntes de opinião, contribuir para a isenção do processo de licenciamento dos emissores privados de radiodifusão e de radiotelevisão, provi-

denciar pela isenção e rigor da informação, contribuir para garantir a independência e o pluralismo de cada órgão de comunicação social do sector público, garantir o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política».

Tantas funções — formais?, efectivas? — para um órgão tão contestado...

O modo de composição da AACS — um juiz designado pelo Conselho Superior da Magistratura, que preside, cinco membros eleitos pela Assembleia da República, três designados pelo governo e quatro cooptados pelos demais — permite que, verificando-se a existência de uma maioria absoluta no parlamento, como sucede actualmente, o governo disponha da possibilidade de escolher, directa ou indirectamente, dez dos seus trezes membros. O que, à partida, contraria o estatuto de independência que lhe é legalmente conferido.

Desautorizada junto de largos sectores da opinião pública portuguesa, frequentemente ignorada pelo próprio governo, debatendo-se com a falta dos mais elementares meios técnicos, a Alta Autoridade reduz a sua acção a operações pontuais sem relevância especial e de resultados praticamente nulos.

Uma análise dos modelos perfilhados noutros países europeus mostra, no entanto, que o caso da AACS está longe de ser único. Por todo o lado geram-se mecanismos de controle do poder político sobre televisões públicas e privadas, com graus de eficácia naturalmente diferentes. São também comuns os pressupostos políticos que estiveram na génese do desmantelamento de numerosos regimes de monopólio. Controlar um *media* altamente performativo como a televisão é, de facto, objectivo de todas as forças políticas. E a aposta em canais privados aparece, frequentemente, ou como tentativa de reforçar a capacidade de intervenção no espaço público, ou como alternativa à impossibilidade de exercer posições hegemónicas ao nível dos organismos de Estado.

1.2. OS CONGÉNERES EUROPEUS

Na Grã-Bretanha, tantas vezes apontada como modelo de sã concorrência, é da responsabilidade do ministro do Interior a nomeação dos membros do conselho de governadores (*board of governors*) que dirige os dois canais públicos, BBC 1 e 2, assim como dos membros da ITC (*independent television commission*), organismo regulador da actividade audiovisual privada que em Janeiro de 1991 substituiu a IBA (*independent broadcasting authority*). Daí que, a propósito da polémica em torno da definição do novo estatuto da BBC, que deve entrar em vigor a partir de 1996, se avolumem as suspeitas de que o sistema estaria eivado de «thatcherismo». Note-se que a ITC detém o poder de licenciar os dezasseis canais regionais, que, no seu conjunto, formam a rede hertziana ITV (Independent Television), de negociar os contratos para a exploração do canal 4 (*channel four*) e de intervir directamente nas grelhas de programas de todos os operadores privados. Refira-se ainda a existência de uma outra estrutura, a BSC

(*broadcasting standard council*), a única verdadeiramente independente do governo e dos operadores, mas que, desde a sua fundação, em 1981, se limita a recolher os protestos do público sobre matérias de índole deontológica.

Na Grécia é o primeiro-ministro quem designa cinco dos sete membros do conselho de administração que gere os canais públicos ET1, ET2 e ET3 (regional). Ao organismo regulador, o conselho nacional de radiotelevisão, cabe apenas o papel de apresentar sugestões, pouco respeitadas, aliás, quer pelos canais privados, que se refugiam em situações adquiridas, por vezes à margem da legislação vigente, quer pelos canais públicos, tradicionalmente ligados ao poder. Só neste contexto se compreende, aliás, a recente declaração do director de informação da principal estação pública de televisão grega reconhecendo a «competência constitucional do Estado e do governo» para decidir os termos em que determinado assunto deve ser noticiosamente tratado e acrescentando que «em caso de dúvida impõe-se consultar o ministro respectivo»³. Não admira, portanto, que as primeiras televisões privadas, quando a lei não permitia ainda a respectiva criação, tenham surgido exactamente em torno e sob a égide de câmaras municipais dominadas pela oposição.

Na Alemanha predomina a lógica federal. Incumbiu a cada estado decidir sobre a manutenção do regime de monopólio ou sobre a adopção de um sistema de coabitação público-privado. Enquanto uns se pronunciaram expressa e imediatamente em favor da segunda hipótese, outros, como o estado de Hesse, opuseram-se-lhe longa e obstinadamente. O *Landesmedienanstalten*, encarregado de regular o sistema, reflecte, na sua composição, a relação de forças que em dado momento se estabelece no interior de um estado. E é essa relação de forças que acaba por se impor, ou na escolha dos candidatos à exploração de canais privados, ou na direcção dos principais canais públicos. Destes, a ARD, estrutura federativa das nove estações públicas correspondentes às zonas de difusão dos diferentes estados, é vulgarmente conotada à esquerda; a ZDF, centralizada e organizada segundo um esquema nacional e unitário resultante de um acordo celebrado em 1961 pelos presidentes dos onze estados da então República Federal, inscreve-se à direita, aproximando-se, afinal, das posições da maioria CDU, que, desde há onze anos, governa o país.

Curiosa é a situação na Bélgica, onde coexistem dois órgãos reguladores: o Conselho Superior para o Sector do Audiovisual, que funciona junto da comunidade francófona, e o Conselho para a Comunicação Social (*Vlaamse Mediaraad*) junto da comunidade flamenga. Sem autonomia orçamental ou administrativa, ambos os conselhos desempenham funções meramente simbólicas. As verdadeiras questões, tanto no que respeita ao sector público, que compreende duas estações, a RTBF, francófona, e a

³ V. Serge Regourd, *La télévision des Européens*, La Documentation française, Paris, 1992, p. 85.

BRTN, flamenga, como ao privado, são remetidas ou para as assembleias parlamentares das duas comunidades linguísticas ou para o governo central. Tudo assenta num compromisso elaborado a partir do «pacto cultural» de 1973, segundo o qual os organismos de natureza cultural, geridos ou subvencionados, mesmo que parcialmente, pelo poder político, deverão assegurar, ao nível das suas estruturas de administração e de gestão, uma representação proporcional das tendências ideológicas, filosóficas e confessionais existentes no país. Só que, na prática, este princípio da distribuição proporcional acabou por se cingir às três principais famílias políticas belgas: a socialista, a liberal e a social-cristã que distribuem entre si todos os cargos em todas as instituições implicadas no «pacto cultural» como é o caso do Conselho Superior para o Sector do Audiovisual e do Conselho para a Comunicação Social.

O resultado desta partilha é que só esporadicamente o audiovisual constitui tema de polémica. Como explicou François Jongen, vice-presidente do conselho de administração da RTBF, num colóquio internacional organizado pela AACS, «sendo o poder político detido, ora pelos socialistas, ora pelos liberais, ora pelos social-cristãos, cada partido da oposição, sabendo que mais tarde ou mais cedo regressará ao governo, tolera uma certa dependência do audiovisual. Mais tarde ou mais cedo chegará a sua vez de beneficiar do *status quo*»⁴.

Na Holanda, justamente considerada um paraíso em matéria de liberdade e de independência televisiva, o comissariado para os *media*, órgão regulador instituído há cinco anos, está rigidamente condicionado, pelo menos de um ponto de vista jurídico, já que os seus membros são de nomeação real e as suas decisões podem ser anuladas por decreto real, sob proposta do ministro da Cultura.

Em Espanha, onde, exemplo raro na Europa, não existe qualquer organismo regulador, o conselho de administração da RTVE é eleito pelo Parlamento enquanto o director-geral é designado pelo governo. Os eventuais efeitos benéficos de uma tal dualidade anulam-se, no entanto, quando a mesma maioria absoluta se impõe nos dois centros de decisão política. Foi o que sucedeu de Outubro de 1982 a Junho de 1993. E as críticas choveram sobre o PSOE, acusado de controlar a informação emitida pelos dois canais públicos. Ficou célebre a demissão de um jornalista pela simples razão de não ter transmitido na íntegra uma entrevista de Felipe Gonzalez. Assim como a recusa do líder do principal partido da oposição, o Partido Popular, em ser entrevistado pela televisão do Estado durante as últimas eleições legislativas.

A polémica suscitada por incidentes deste género serviu, tal como em Portugal, para alimentar estratégias de confrontação entre um modelo de televisão pública — sinónimo de manipulação política — e um modelo de televisão privada — sinónimo de independência. Dicotomia redutora e maniqueística: interesses políticos agitam-se também em redor dos dois

⁴ «O pluralismo na comunicação social», Lisboa, 4 a 6 de Junho de 1992.

canais privados, a Antena 3 e a Telecinco; além disso, não é seguramente ao acaso que se deve a abertura de televisões autonómicas no País Basco, em 1982, na Catalunha, em 1983, e na Galiza, em 1985, isto é, precisamente nas regiões onde mais fortemente se manifesta um poder político regional oposto ao de Madrid.

Mas os exemplos porventura mais significativos da completa imbricação entre televisão e política são os da Itália e da França.

Formada em 1944 sobre os escombros da EIAR, estrutura tipicamente fascista, a RAI impôs-se durante cerca de vinte anos como o elemento determinante para a difusão dos ideais democrata-cristãos, então omnipresentes. Era sua missão contribuir para o aprofundamento daquilo a que Amintore Fanfani chamou «democracia guiada», pelo que muitos dos seus quadros e dos seus responsáveis transitaram directamente de jornais democrata-cristãos como *Il Popolo*. Mais tarde o progressivo enfraquecimento da DC, obrigada a negociar à sua esquerda para se manter no poder, implicaria a abertura de brechas no edifício monolítico da televisão. É assim que em 1975 se inicia um novo período na história da televisão italiana, objecto de partilha pelos principais partidos políticos: a RAI 1 continua na posse da democracia cristã, enquanto a RAI 2 passa a ser controlada pelos socialistas e a RAI 3 pelos comunistas. Instaura-se a *lottizzazione*, que ainda hoje se mantém.

A reacção das pequenas formações políticas, excluídas da distribuição do bolo televisivo, e o fim do compromisso histórico entre democrata-cristãos e comunistas vieram abalar este equilíbrio a três, tão laboriosamente conseguido. Apoiados por publicações de extrema-esquerda, em particular por *Il Manifesto*, sindicatos e muitos grupos que a si próprios se intitulavam de alternativos lançaram-se à tarefa de abrir canais de televisão. Por esta razão e por outras, mais especificamente comerciais, cerca de quinhentas estações iniciaram as respectivas emissões, passando ao lado das disposições legais, que previam apenas canais estritamente locais. Chamado a assumir uma posição arbitral num novo quadro político caracterizado pelo divórcio entre democrata-cristãos e socialistas, o PSI entendeu, por seu lado, que tinha chegado o momento de intensificar a sua presença na sociedade italiana. É sob a égide do governo minoritário socialista de Bettino Craxi que em Fevereiro de 1985 se legalizam as três redes de cobertura nacional de Silvio Berlusconi. Cinco anos depois a chamada lei Mammi consagra a existência de uma instância reguladora, o *garante dell'editora*, tão inútil como inúteis tinham sido as leis anteriores, que vogaram ao sabor das mais diversificadas e contraditórias conveniências.

Resta abordar o caso da França, onde, sob de Gaulle, o conteúdo dos telejornais era previamente examinado pelo SLI (*service des liaisons interministérielles*) e, sob Pompidou, se assimilava, reproduzindo a fórmula celebrizada pelo próprio chefe de Estado, a opinião dos jornalistas à *voix de la France*.

Desde há uma dúzia de anos, o contexto político francês é marcado por uma relação triangular entre uma maioria presidencial de esquerda, uma

maioria senatorial de direita e uma maioria parlamentar oscilante. Ao ganhar as eleições legislativas de 1981, o Partido Socialista deslocou para a esquerda o centro do triângulo. E a esquerda foi maioritária no primeiro órgão francês de regulação do audiovisual, a Alta Autoridade da Comunicação Audiovisual, inaugurado com pompa e circunstância no Verão de 1982. Em 1986 a direita regressa ao poder. Para a direita se desloca o centro do triângulo. E uma maioria parlamentar UDF-RPR impõe a dissolução da Alta Autoridade e a sua substituição pela Comissão Nacional da Comunicação e das Liberdades, com uma composição adaptada, claro está, à nova realidade política. Mas em 1988 é dissolvida a Assembleia. O PS torna a ganhar as legislativas. E a CNCL cede o lugar ao Conselho Superior do Audiovisual, onde a esquerda desfruta de uma posição dominante. Sairá o CSA incólume das eleições legislativas de Março? As primeiras declarações do novo ministro da Comunicação, o chiraquiano Alain Carignon, alertando para os custos da televisão pública e anunciando um novo plano para o sector, deixam poucas dúvidas a esse propósito.

Os efeitos deste constante revoltar fazem sentir-se tanto nos canais públicos como nos privados.

De 1982 até agora registaram-se 18 intervenções legais modificando o panorama do audiovisual francês. Durante o mesmo período passaram pela Antena 2, principal cadeia do Estado, seis presidentes. Cada um deles nomeou novos directores, que, por sua vez, inspiraram novas grelhas de programas. Calcula-se que no decurso dos últimos três anos se tenham operado cerca de vinte mudanças de programação. Como sublinha Hervé Bourges, por enquanto à cabeça de France Télévision, empresa fundada em 1992 para gerir conjuntamente os dois canais públicos, «em vez de se mudar a vida, muda-se a televisão»⁵. São múltiplas, de facto, as tutelas que, com maior ou menor influência, se exercem sobre a televisão do Estado: Conselho Superior do Audiovisual, Assembleia Nacional, Senado, SJTI (Serviço Jurídico e Técnico de Informação, colocado sob a dupla dependência dos gabinetes do primeiro-ministro e do ministro da Comunicação), ministros da Comunicação, da Cultura e das Finanças, primeiro-ministro e presidente da República.

No que toca ao sector privado, é de apreciar o cunho político das decisões sucessivamente tomadas quanto à escolha dos operadores. Em 1984 é um próximo colaborador de François Mitterrand, André Rousselet, que obtém a concessão do Canal Plus. Poucos meses antes das legislativas de 1986, que dariam a vitória à direita, são ainda personalidades particularmente apreciadas no Eliseu a beneficiar, sem qualquer concurso público, das concessões que dão origem à M6 e à La Cinq. Com o governo de Jaques Chirac, e apesar dos protestos veementes de toda a esquerda, é privatizada a TF1, cujos índices de audiência ultrapassavam os 50%. Desta vez o beneficiário chama-se Francis Bouygues, de tendência reconhecidamente

⁵ *La télévision du public*, Flammarion, Paris, 1993, p. 18.

conservadora. Por outro lado, e na sequência de graves crises financeiras que afectam a M6 e a La Cinq, procede-se a novos licenciamentos: para a M6 entram a Compagnie Lyonnaise des Eaux, na altura dirigida por um antigo secretário-geral do RPR (partido de Jaques Chirac), e a poderosa CLT (Compagnie Luxembourgeoise de Telediffusion), sem dúvida um dos grupos *multimedia* mais estreitamente ligados à alta finança e aos círculos conservadores do Norte da Europa ⁶; para a La Cinq entra Robert Hersant, proprietário de numerosos jornais, todos eles conotados com a direita francesa, de entre os quais *Le Figaro* e *France-Soir*. Em 1988, com o regresso do PS ao poder, a dança prossegue. Na La Cinq, cada vez mais perto da falência, verifica-se nova mudança: sai Hersant e ingressa Jean Luc Lagardère, patrão da Hachette, por sinal o mesmo grupo que tinha sido preterido aquando da privatização da TF1. A falência da La Cinq concretiza-se, no entanto, a 31 de Dezembro de 1991. Em seu lugar surge a ARTE, uma cadeia cultural franco-alemã. A decisão teria sido tomada pelo ministro da Cultura, Jack Lang, e ratificada pelo presidente da República, sem qualquer participação nem do parlamento nem do Conselho Superior do Audiovisual. Fica por saber, após a mais recente recomposição política em França, qual o futuro reservado a uma estação com índices de audiência sistematicamente inferiores a 1%.

2. MELHOR INFORMAÇÃO E MELHORES PROGRAMAS?

2.1. QUOTAS DE PRODUÇÃO E PROMESSAS DE REDUÇÃO DOS «ENLATADOS»

De acordo com o artigo 19.º da lei sobre o «regime da actividade de televisão», aprovada pela Assembleia da República em Julho de 1990 e que deu origem à abertura do processo de criação de canais privados em Portugal, exige-se que 30% da programação sejam produzidos no próprio país. Destes 30%, um terço, no mínimo, deverá corresponder à produção do operador privado, cabendo a parte restante a produtores independentes. Ora, nas suas propostas de candidatura tanto a SIC como a TVI ultrapassaram, generosamente, os mínimos exigidos. A partir de 1995, a SIC prevê assegurar 26% de produção própria e 20% de outros produtores nacionais, enquanto a TVI avança, para esses dois tipos de produção, com percentagens

⁶ Em *La société combinatoire — réseaux et pouvoirs dans une économie en mutation*, L'Harmattan, Paris, 1989, Yvonne Mignot-Lefèbvre e Michel Lefèbvre analisam detalhadamente a estrutura do capital social deste grupo, que, emitindo em regime de monopólio no Luxemburgo, e dispoñdo de uma maioria de controle nas estações de televisão RTL-TV1 da Bélgica, M6 da França, RTL Plus da Alemanha e RTL 4 da Holanda, resulta da convergência dos investimentos de gigantescos grupos económicos (Bruxelles-Lambert, Havas, Moët Hennessi, Paribas, Schlumberger, Rothchild, etc.) que desenvolvem a montante e a jusante as actividades mais díspares: da comunicação social ao comércio e à indústria alimentar, ao imobiliário, aos equipamentos sociais, ao turismo, à especulação financeira...

da ordem dos 38% e 4%. Deduz-se, pois, no caso da TVI, que mais de um terço das emissões serão preenchidos com produção própria.

Só que, das promessas à respectiva concretização, o percurso é, por vezes, demasiado longo.

Também a lei francesa, na qual os legisladores portugueses visivelmente se inspiraram, impôs quotas semelhantes. Obrigação que foi, no entanto, rapidamente esquecida. Um estudo de Guy Pineau, investigador no Institut National de l'Audiovisuel, e de Pierre Musso, do Service de Prospective et d'Études Économiques da France-Telecom⁷, demonstra que a produção própria de programas de ficção francesa desceu em 1987, relativamente ao ano anterior (em que se iniciaram as emissões da La Cinq e de M6), cerca de 30%. Em contrapartida, aumentaram consideravelmente, durante o mesmo período, os concursos, os programas de variedades filmados em estúdio e, sobretudo, as séries e telefilmes estrangeiros. Séries e telefilmes que ocuparam, em 1987, um tempo de emissão sete vezes superior ao ocupado em 1985. Razão desta evolução inversa da produção própria e da produção estrangeira: o custo médio da primeira é três a cinco vezes superior aos preços médios da segunda praticados nos grandes mercados internacionais.

Segundo o Bureau d'Information et de Prévisions Économiques, citado no referido estudo, o volume de compras francesas no mercado estrangeiro, em particular no americano, duplicará de 1989 a 1994. Aquilo que os adversários da criação de canais privados tinham denunciado há dez anos atrás está em vias de se tornar realidade: em vez de beneficiar prioritariamente os produtores europeus, a desregulamentação reforçou a invasão dos ecrãs europeus por produtos *made in USA*. As vendas de produtores independentes americanos às televisões europeias passaram de 39,2 milhões de dólares, em 1984-1985, a 276,9 milhões, em 1990-1991⁸. São de origem americana 65,5% das séries, 44,5% das telenovelas, 48,5% dos telefilmes e 52% dos filmes transmitidos na Europa⁹.

Dir-se-á que o caso português é diferente. Que a produção própria é sensivelmente mais barata em Portugal. Trata-se de uma argumentação que supõe a manutenção de um nível inferior de honorários pagos a artistas, a realizadores e a produtores. O que viria contrariar a busca de elevados padrões de qualidade, tantas vezes proclamada, assim como o natural aumento de custos que a concorrência obviamente implica.

Passada que foi a fase de apresentação de propostas de candidatura, em que, sem que daí lhe adviesse qualquer responsabilidade especial, cada concorrente tentou envolver o seu projecto nas mais aliciantes roupagens,

⁷ «La larga marcha de la television francesa hacia la privatización», in *Telos — Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, n.º 17, Fundesco, Madrid, Março e Maio de 1989, pp. 61 a 71.

⁸ André Lange, «L'audiovisuel face à la récession», in *Le débat*, n.º 71, Gallimard, Setembro-Outubro de 1992, p. 138.

⁹ V. BLM Study, investigação sobre o conjunto das cadeias de televisão europeias.

assiste-se à defesa, por enquanto comedida, do princípio da desregulamentação total. Invoca-se que a actividade privada, por privada que é, deverá ser libertada dos actuais condicionalismos legais. Nem quotas de produção nacional. Nem quotas de produção europeia (fixadas na sequência de uma directiva comunitária e de uma recomendação do Conselho da Europa). Nem obrigação de cobrir integralmente, como se determina no artigo 4.º, «todo o território nacional ou, no mínimo, o território continental português». Entregues exclusivamente a si mesmos, os canais privados responderiam tão-só perante o público, arvorado em juiz supremo e de cuja decisão dependeria, em última instância, o sucesso ou o insucesso das iniciativas. Radicalismo pseudoliberal que até a liberal Grã-Bretanha contesta. Em 1991, por ocasião da redistribuição das 16 frequências da rede ITV, o respectivo caderno de encargos impôs condições quiçá mais severas do que as portuguesas: 65% de programação própria: três jornais diários de informação nacional e internacional; uma hora e meia por semana de reportagens; dez horas de programas infantis, duas horas de emissões religiosas; de duas horas e meia a dez horas (segundo as frequências) de programas incidindo sobre a região coberta pela estação. Por não satisfazerem as exigências, quatro dos anteriores concessionários foram preteridos, entre os quais a Thames TV, incontestavelmente a mais prestigiada da rede¹⁰.

Mantendo-se o articulado da lei portuguesa, o incumprimento das quotas está sujeito a multas que variam, pelo disposto no artigo 51.º, entre 500 e 1500 contos: montantes relativamente reduzidos que, tendo ainda em conta a complexidade do processo inerente à sua aplicação (da competência do membro do governo responsável pela área da comunicação social), se afiguram de escasso grau de persuasão. Além de que podem os canais de televisão entender o seu pagamento como um mero custo de produção. Como um investimento que lhes permita anular certos constrangimentos e alcançar, assim, audiências mais vastas. Em 1989 o extinto canal francês La Cinq pagou em multas, por insuficiência de produção própria e pela apresentação de programas considerados violentos, cerca de 3 milhões de contos, ou seja, mais de um quinto de défice realizado nesse ano.

2.2. DA TEORIA À PRÁTICA: UMA LONGA DISTÂNCIA A PERCORRER

Mas às incertezas quanto ao cumprimento da lei em matéria de quotas de produção acrescentam-se as que se prendem com o conteúdo dos programas e, especificamente, com o teor da informação transmitida. No parecer da Alta Autoridade que justificou a escolha dos candidatos à exploração dos dois canais privados apresentam-se como objectivos prioritários da SIC e da TVI, respectivamente, a informação e a divulgação dos valores do «humanismo cristão».

Importa reconhecer que o paradigma proposto pela TVI, deveras singular no contexto europeu, não é fácil de definir. Acresce que a TVI recusa, liminarmente, o epíteto de televisão confessional, dedicando apenas 5% do seu tempo de emissão a programas de índole genuinamente religiosa. Não é, por conseguinte, a prática religiosa que motiva os seus accionistas, tanto mais que o artigo 25.º da Lei da Televisão reserva, para esse fim, duas horas diárias no 2.º canal. Em que consistirá então o «humanismo cristão» da TVI? Haverá um entendimento generalizado sobre este conceito? De que margem de liberdade disporão os artífices do modelo, de modo a não hostilizarem a instância censurante baseada, não na comunidade laica abstractamente entendida, mas num conjunto difuso de instituições, directa ou indirectamente ligadas à hierarquia da Igreja, com projectos de intervenção social por vezes contraditórios?

Opção deliberada ou solução de compromisso? À primeira vista, a TVI terá renunciado a um tipo de programação federativa dirigida ao que, em televisão, se entende por «grande público», isto é, citando Dominique Wolton, «aquele que não é um público popular, nem um público de *elite*, nem um público médio, mas uma espécie de mistura dos três impropriamente chamada *público de massa*»¹¹. Terá, sim, enveredado por uma programação compósita destinada a públicos perfeitamente identificados. A um público jovem, diariamente contemplado com emissões em *prime time* e, por outro lado, a um público pouco propenso ao sensacionalismo, à verbosidade e à violência, mas também à polémica, à inquietação, à dúvida. Assim se explicam os investimentos feitos em programas como *Cartas de Amor*, em que se joga num intimismo moderado, apaziguador, em tudo oposto ao género *reality shows*, que prolifera pela Europa. Assim se explica a nítida preferência concedida à cinematografia portuguesa dos anos 50, que desperta nostalgias de um passado distante. Assim se explicam as transmissões em directo de iniciativas de carácter popular: *As Marchas de Lisboa*, a *Grande Noite do Fado*, a *Serenata à Amália*... Mole, reconfortante, apelando à divagação, ao sonho, a TVI terá apostado no conceito de audiência-somatório, cuja expansão dependerá do crescimento das respectivas parcelas.

Outro e bem diferente é o projecto SIC. Trata-se, neste caso, de conquistar a primazia em termos indiscriminados e absolutos, o que implica concorrer «taco a taco», no dizer de um dos seus responsáveis, com o canal 1 da RTP.

Desenvolveremos mais à frente o modelo de televisão generalista e relacional em que se baseia a SIC e o canal 1, o mesmo modelo que é seguido, aliás, pela maior parte dos canais comerciais europeus. Sublinhemos desde já que esta concorrência gerou manifestações recíprocas de mimetismo, levantando questões como, nomeadamente, a da prestação de serviço público.

¹¹ *Éloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*, Paris, Flammarion, 1990.

As consequências são notórias. Os principais acontecimentos políticos, nacionais e internacionais, foram objecto de uma cobertura televisiva até agora inédita. Sobretudo nos três primeiros meses de competição disputaram-se tempos de satélite independentemente dos respectivos custos. Reportagens, entrevistas e comentários a um ritmo alucinante criaram-nos a ideia de que nunca a Madeira e os Açores tinham vivido a febrilidade política que rodeou as últimas eleições regionais, de que nunca a situação militar em Angola constituíra uma tão grande ameaça para o equilíbrio geopolítico na África austral, de que nunca a América fora atravessada por uma tão grande vontade de mudança como aquela que guindou Bill Clinton ao poder. Desceu-se ao «país real» e a mais pequena aldeia do interior passou a ser informação: para a SIC, bem entendido, e para a televisão do Estado, anteriormente bem discreta a este respeito. Investiram-se verbas fabulosas na transmissão de jogos de futebol e as câmaras, profusamente espalhadas pelos estádios, proporcionaram ângulos até então ignorados. Revelaram o esgar do jogador obrigado a um esforço mais duro, a ansiedade do treinador que, em cada jogo, joga o seu futuro, o desespero ou a euforia que, intermitentes, percorrem as bancadas.

As peripécias que rodearam a chamada «guerra das telenovelas» são, no entanto, esclarecedoras do que pode ser o reverso da medalha. É a guerra das audiências que interpela o público para duas telenovelas, para dois desafios de futebol, para dois telejornais, para dois filmes difundidos em simultâneo¹². É o erotismo transmitido em doses maciças. É a vertigem do sensacional, do apelativo em que interessa menos o que se diz e mais o como se diz. É a procura do efeito de choque através do recurso ao escabroso, como naquela reportagem realizada no Hospital de Coimbra sobre a intervenção cirúrgica a um jovem que, irreflectidamente, seccionara o respectivo órgão sexual. É, afinal, a reprodução de «receitas» já experimentadas no estrangeiro, muitas das quais deram lugar a verdadeiros absurdos: a ilustração de uma manifestação pró-iraquiana em Argel, com imagens de manifestantes armados colhidas em Beirute; a reportagem sobre cenas de vandalismo atribuídas a *skinheads*, recorrendo a figurantes expressamente contratados que, de *skinheads*, mais não tinham do que a cabeça rapada; a montagem de um falsa entrevista a Fidel de Castro que se recusara a responder às perguntas formuladas.

«Até há bem pouco tempo, lembram amarguradamente dois jornalistas do *Le Monde*, a ambição da maior parte dos jornais consistia em obter uma informação exclusiva e autêntica, considerada como a chave do êxito comercial das empresas. O audiovisual veio perturbar esta crença. A audiência já não recompensa a qualidade de informação produzida por um canal de televisão, mas sim a descarga de adrenalina que essa informação provoca no telespectador. Quanto mais uma imagem é forte, mais ela absorve o público, que se esquece, assim, de mudar de canal. A preocupação de organizar o espectacular, de chamar a atenção, de estabilizar a audiência,

¹² Assiste-se, desde há alguns meses, a uma alteração de estratégia por parte da SIC, que deslocou os horários da principal telenovela e do principal bloco noticioso a fim de evitar uma sobreposição com análogas emissões do canal 1.

recorrendo a temas informativos imbuídos de fortes cargas emocionais, está na origem de numerosos atropelos»¹³.

2.3. DO CANAL 1 À TV 4: BREVE ANÁLISE DAS GRELHAS DE PROGRAMAS EM *PRIME TIME*

Escolhemos uma semana de Maio para comparar as grelhas de programas dos quatro canais de televisão em *prime time*, isto é, entre o fim do jornal e as 22 horas e 30 minutos (critério seguido pela agência AGB-Portugal). Trata-se, por consequência, de um período anterior àquele em que todas as estações procedem às modificações adequadas aos meses de Verão. Distribuímos os programas segundo uma classificação em cinco grupos:

- 1.º Informação, debates e entrevistas;
- 2.º Documentários;
- 3.º Filmes, séries e telenovelas;
- 4.º Concursos, variedades e humor;
- 5.º Cultura;
- 6.º Outros.

Deparamos com os problemas inerentes a todo o tipo de classificação. O programa *Isto Só Vídeo*, por exemplo, tanto poderia ser incluído em «humor» como em «concursos». Optámos pela primeira hipótese por nos parecer que a atribuição de uma câmara de vídeo funciona como complemento de uma emissão que pretende, sobretudo, fazer rir com a sequência de *gags* que apresenta. Para *Água na Boca* adoptou-se procedimento semelhante: o aspecto «concurso» parece ser dominado pelo aspecto «erotismo». *Você Decide* reveste-se de características especiais, já que o fundamental consiste em convidar o público a decidir sobre o fim da história. Pretende-se, por outro lado, suscitar um debate sobre o tema referenciado. Tanto o debate, habitualmente ligeiro, como a intervenção do público correspondem a tentativas de criação de efeitos de interactividade. Embora cada episódio contenha uma casuística diferente, há, todavia, entre eles uma relação serial na medida em que de um para outro se repetem determinadas estratégias narrativas: desenrolar da história, desenhar da alternativa, decisão e conclusão em conformidade.

Entre «debates» e «entrevistas» a fronteira é ténue. A partilha foi feita em função da existência de um maior ou menor apelo à confrontação. Há programas, como *Conta Corrente*, que tanto poderiam ser considerados «entrevistas» como «informação». A dualidade é ainda mais visível no cotejo com *Acerto de Contas*. De facto, até o título é semelhante. Parecemos, no entanto, haver alguma diferença de peso da componente «entrevista», privilegiando, nesse sentido, o primeiro dos programas evocados.

¹³ Yves-Marie Labé e Yves Mamou, «Cote d'alerte pour les médias», in *Le Monde*, 30 de Janeiro de 1992.

	Canal 1	TV 2	SIC	TV 4
Domingo, 16	Documentário (<i>Repórteres</i>). Novela. Concurso (<i>Casa Cheia</i>).	Desporto.	Documentário (<i>Internacional Sic</i>). Série (<i>Batalhas Conjugais</i>). Cine.	Documentário (<i>Rumores</i>). Série (<i>Cagney &...</i>). Série (<i>O Preço da...</i>).
Segunda-feira, 17 ...	Novela. Novela. Concurso (<i>Entre Famílias</i>).	Cultura (<i>Artes e Letras</i>). Novela.	Novela. Concurso (<i>Encontros Imediatos</i>). Cine.	Bloco jovem. Variedades (<i>Fado, Fadinho</i>). Cine.
Terça-feira, 18	Novela. Humor (<i>Isto Só Vídeo</i>). Série (<i>Você Decide</i>).	Documentário (<i>Ecologia</i>). Série (<i>sitcom</i>). Novela.	Novela. Variedades (<i>Falas Tu ou...</i>). Debate (<i>Terça à Noite</i>).	Bloco jovem. Cine.
Quarta-feira, 19	Novela. Cine.	Desporto.	Novela. Humor (<i>A Brincar a...</i>). Entrevista (<i>Sexo Forte</i>).	Bloco jovem. Entrevista (<i>Cartas de...</i>). Série (<i>Macuso-FBI</i>).
Quinta-feira, 20	Novela. Variedades (<i>Grande Noite</i>).	Cultura (<i>Teatro</i>). Novela.	Novela. Humor (<i>Minas e Armadilhas</i>). Entrevista (<i>Conta Corrente</i>).	Bloco jovem. Debate (<i>Referendo</i>).
Sexta-feira, 21	Novela. Humor (<i>Marina...</i>).	Informação (<i>Acerto de...</i>). Novela.	Novela. Concurso (<i>Labirinto</i>).	Bloco jovem. Desporto.
Sábado, 22	Novela. Concurso (<i>Parabéns</i>).	Desporto.	Cine. Cine Outros — erotismo (<i>Água na...</i>).	Cine. Humor (<i>Cozido à...</i>).

Da comparação das grelhas ressalta:

- 1.º *O relevo esmagador da novela*, que apenas não aparece na programação da TV 4. Note-se que, atendendo às características de um dos seus públicos preferenciais — a «terceira idade» —, a TV 4 desloca para o meio e o fim da tarde emissões às quais atribui importância fundamental. É o que se passa com a telenovela *Lágrima*

- mas e o concurso *A Amiga Olga*. Note-se ainda que não foi considerada no esquema a novela emitida diariamente pelo canal 1 antes do jornal;
- 2.º *O relevo quase análogo reservado aos concursos*. Em regra, são os canais privados que mais se destacam neste domínio. Jogos e concursos diversos representam, com efeito, cerca de 35% do tempo de emissão da Télécinco, em Espanha, de 30% do Canale 5, na Itália, de 13% da TF 1, em França ¹⁴. Portugal é exceção: SIC e canal 1 rivalizam nesse campo;
 - 3.º *O investimento no binómio novela/concurso, novela/variedades, novela/humor* (concurso, variedades, humor, que poderiam ser integrados no mesmo género, «divertimento»). Esse binómio, que exprime por excelência as emissões dirigidas ao «grande público», preenche quase por completo o *prime time* do canal 1 e da SIC;
 - 4.º *O investimento no binómio novela/documentário, novela/cultura, novela/informação*. É neste segundo termo do binómio que reside a especificidade da TV 2. É nele que se depositam as esperanças de atrair um público intelectualmente mais exigente;
 - 5.º *O interesse pelo desporto*. Na TV 2, este género alterna com o binómio a que se faz referência no ponto anterior, ocupando por inteiro três noites da semana;
 - 6.º *A importância do género cinema na SIC*. Talvez um dos elementos mais decisivos para distinguir a grelha desta estação comercial relativamente às das suas concorrentes públicas. «Cinema» tal como, embora em menor grau, «debate» e «entrevista» avançam no horário da SIC. Em contrapartida, no canal 1 e na TV 2 estes géneros são regularmente inseridos depois das 11 horas. Na semana considerada isso aconteceu, no que respeita a «cinema», no domingo, na sexta-feira e no sábado, no canal 1; na segunda-feira, na quinta-feira e na sexta-feira, na TV 2; idem para «debate» ou «entrevista» programados para depois da 11 horas no domingo e na terça-feira, no canal 1; na quinta-feira e no sábado, na TV 2;
 - 7.º *O impacto de emissões para jovens*. Como já disse, é a partir deste género que se organizam as noites de segunda-feira a sexta-feira na TV 4. É uma das apostas mais fortes da estação. Saliência para a diversidade de géneros programados a seguir: séries, variedades, cinema, entrevistas, debate, desporto, humor.

¹⁴V. Emílio Prado, Amparo Huertas, Juan José Perona, «Espanña: nuevos modelos de programación»; Paolo Baldi; «Italia: un equilibrio inestable»; Michel Ghende, «Francia: grandes cambios en una programación constante»; *Telos — Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, n.º 31, Setembro-Novembro de 1992, pp. 72-116.

2.4. O FASCÍNIO DA «NEOTELEVISÃO»

Fortemente empenhados na conquista ou na manutenção de audiências, os quatro canais portugueses revelam, em maior ou menor grau, tendências que sociólogos italianos inspirados por Umberto Eco, como Alberto Negri, Paolo Signorelli e Raffaele de Berti, detectam naquilo a que chamam a «neotelevisão». Uma «neotelevisão» emergente de um novo «pacto de comunicação» onde prevalecem a convivialidade, a interactividade e os processos relacionais individuais. «Se antes a televisão agia segundo a fórmula *eu divirto, eu informo e eu ensino*, hoje, graças à mediação do apresentador, passou-se a um *divertamo-nos, aprendamos, informemo-nos em conjunto* ou ainda a um *fiqueemos juntos*.», acrescentam os investigadores citados, num texto colectivo publicado na revista *Réseaux* ¹⁵.

Nesta «neotelevisão» diminui, paulatinamente, a margem de liberdade de criadores como Jacques Chancel, conhecido realizador e produtor francês, que, numa entrevista a Dominique Mehl, definiu deste modo o objectivo do seu trabalho: «não dar ao telespectador aquilo de que ele gosta, mas aquilo de que poderia gostar»¹⁶. Impera o que se julga ser o gosto do público, as suas expectativas. «Parto do público para chegar ao produto, e não do produto para chegar ao público», dirá Monique Cara, apresentadora de Antenne 2, a Dominique Mehl.

A antena deixa de constituir um mero suporte dos conteúdos veiculados para se assumir como um meio, um espaço de relação em que se reduzem ou anulam as distâncias, se suprimem as hierarquias, se relançam as complacências. Não se comunica: comunga-se. O pequeno ecrã substitui a família e o bairro como espaço onde se desenvolvem solidariedades e se partilham os pequenos prazeres do quotidiano. Dilui-se a anterior separação entre as figuras do locutor-apresentador e do telespectador, do enunciador e do enunciatário, através de numerosos processos fácticos, de entre os quais destacamos:

- O olhar constante do locutor-apresentador para o público presente/ausente;
- A presença do público na emissão como *partenaire* passivo. Uma presença simbólica, integrada no *décor*, simuladora do público ausente. Ou uma presença justificada pelo tema ou pelos convidados; neste caso, uma presença que, embora focada pelas câmaras, se assume discretamente, aprovando ou desaprovando o que se diz, o que se

¹⁵ «Scènes de la vie quotidienne», in *Réseaux*, n.ºs 44-45, Novembro de 1990-Fevereiro de 1991.

¹⁶ Em *La fenêtre et le miroir — la télévision et ses programmes*, Payot, Paris, 1992, Dominique Mehl, socióloga do Centre d'Études des Mouvements Sociaux (CNRS-EHESS), apresenta os resultados de um longo inquérito a realizadores, produtores, responsáveis de programas e dirigentes políticos ligados à área do audiovisual com o objectivo de delimitar os novos paradigmas da televisão e, mais genericamente, de contribuir para uma reflexão sobre cultura de massas.

- mostra, sem perturbar nem influir directamente no curso dos acontecimentos;
- A presença do público na emissão como *partenaire* activo, intervindo, assobiando ou aplaudindo, por vezes obedecendo ritualmente à batuta de um invisível «chefe de orquestra»;
 - A presença do público na emissão como principal actor, interrogando os convidados, assim relegados para uma posição secundária;
 - A presença do público na emissão como amostragem da audiência global, donde sairão, por sorteio ou por qualquer outro procedimento, aqueles que vão efectivamente protagonizar o programa;
 - A presença mediatizada do público, decidindo, pelo telefone, quais os programas a transmitir ou qual o desenlace da narrativa apresentada.

«Vivemos num universo em que se tende a substituir a realidade pela sua encenação, em que a representação sucede à acção. Por isso, a TV permite-nos viver aventuras e histórias de amor por procuração», acentua Carlo Freccero, um dos «cérebros» do grupo Berlusconi¹⁷. Sucede até que realidade e encenação se sobreponham como no programa *La nuit des héros*, da Antenne 2, em que factos reais são interpretados por actores, interpretações essas comentadas em seguida pelos próprios protagonistas.

Esfuma-se a distância entre realidade e ficção, tal como se esfuma a distância entre esfera pública e esfera privada. E, neste contexto, a televisão arroga-se características de verdadeiro actor social, intervindo directamente nos conflitos, nos problemas pessoais. Explicitando causas. Procurando soluções.

Num programa da TF 1 intitulado *Perdu de vue*, que reproduz o modelo de *Chi l'ha visto* da RAI 3, proporciona-se, na sequência de longas e exaustivas investigações, o reencontro de dois familiares que circunstâncias várias tinham separado. E o telespectador comove-se perante as lágrimas que brotam espontaneamente no preciso momento do reencontro que a câmara sofregamente retém. No mesmo canal um outro programa, *L'Amour en danger*, bate recordes de audiência. Trata-se, desta vez, de uma casal desavindo que aceita expor em público queixas e acusações recíprocas. No meio de cenas dramáticas, em que a violência verbal atinge níveis inconcebíveis, interpõe-se o psicólogo, previamente contratado pela televisão que, secundado pelo apresentador, tenta a reconciliação. Frequentemente com sucesso, para alívio de um público que, durante mais de uma hora, se mantivera suspenso da evolução do conflito.

TV providencial e TV justiceira. Em *Défendez-vous*, da Antenne 2, um verdadeiro juiz atende verdadeiros queixosos. Não faltam tão-pouco verdadeiros advogados. Apenas a «sentença» carece da performatividade de um acto judicial. Tudo depende da receptividade encontrada junto do «acusado», público ou privado.

¹⁷ Entrevista ao jornal *Libération* em Junho de 1989.

Enfim, justiceira também quando ao entrevistador neutro, distante, que se limita a formular perguntas segundo um esquema acordado ou tacitamente aceite pelo entrevistado, se prefere o entrevistador que, sentindo-se mandatado pelo público, ataca, desafia, armadilha, no sentido de desmascarar os recônditos objectivos do entrevistado.

Para Eliseo Veron estas transformações no estatuto e no papel da TV assinalariam a passagem das *sociedades mediáticas* às *sociedades mediatisadas*. Os *media* já não constituiriam um quarto poder, mas a sede de representações que antes se desenvolviam no seio das instituições sociais e políticas¹⁸. Passagem prenhe, no entanto, de efeitos perversos.

Em Dezembro de 1989 chefes de redacção de alguns dos mais importantes jornais diários europeus deram mais crédito às imagens transmitidas pela televisão sobre a carnificina de Timisoara do que aos relatos prudentes dos seus correspondentes e enviados especiais. Resultado: adaptaram-se esses relatos àquilo que se via na televisão. «Venceu a ideia», salienta Ignacio Ramonet, investigador em sociologia da comunicação e director do *Le Monde Diplomatique*, «de que se pode estar melhor informado aqui mesmo, na sala de redacção, do que destacado no lugar onde decorre a acção»¹⁹. A impostura só mais tarde se revelou. Na ânsia do sensacional, a televisão forjara uma dimensão para o acontecimento. Choveram as críticas e as autocríticas. E concluiu-se que a presença totalizante da televisão, qual grande olho perscrutando em permanência o mais escondido lugar do planeta, impõe uma nova hierarquia dos *media*, assim como uma nova relação entre *media* e jornalistas. Só existe *o que passa* na televisão. E o que existe só existe *como passa* na televisão.

Daí talvez a explicação da altura escolhida para muitas das operações militares efectuadas em 1991 nos céus de Bagdade: exactamente dentro dos intervalos horários de maior audiência televisiva nos Estados Unidos. O que se passou foi *aquilo que foi visto e como foi visto*. Instantaneamente. Ao «tempo diferido» sucedeu o «tempo real», mediante o qual os antagonistas são «reunidos à distância, contra a sua vontade, pelo ecrã, horizonte aparente de uma cena onde todos os lances são permitidos»²⁰.

Ao culto do directo alia-se a prática do vedetismo. É em torno do apresentador/vedeta que se desenrola a acção. «Em todos os tempos», escreve o sociólogo americano Richard Sennett, «existiram artistas célebres e artistas ignorados, e as pessoas sempre preferiram os primeiros. O *star system* é, no entanto, algo de diferente: a distância entre a glória e a obscuridade tornou-se tão grande que o público perdeu o desejo de assistir a um espectáculo ou a um concerto em que não entre alguém famoso»²¹.

¹⁸ V. «Les médias en reception: les enjeux de la complexité», in *Médias-pouvoirs*, n.º 21, Janeiro-Março de 1991.

¹⁹ «La televisión, una máquina de reproducir acontecimientos», in *Telos*, n.º 26, Junho-Agosto de 1991, p. 12.

²⁰ Paul Virílio, «O horizonte ao quadrado», in *Expresso-Revista* de 15 de Setembro de 1990.

²¹ *Les tyrannies de l'intimité*, Seuil, Paris, 1979, p. 225.

Sem grande esforço, tais considerações podem aplicar-se a alguns daqueles apresentadores que preenchem os nossos serões e cuja notoriedade é condição suficiente para garantir o êxito do programa. «Essas vedetas do audiovisual», comenta a propósito Hervé Bourges, «são os ícones de uma religião pós-moderna, sem fé nem lei, em que o simples facto de aparecer no ecrã legitima a pertença a uma raça de eleitos, aqueles que possuem o raro privilégio de serem (re)conhecidos numa sociedade onde o anonimato e a standardização constituem traço comum ²².»

3. MÚLTIPLA PROCURA PARA PUBLICIDADE ESCASSA?

3.1. DO OPTIMISMO DESMESURADO AO PESSIMISMO INCONSEQUENTE

Tanto a SIC como a TVI apresentaram, nos processos de candidatura, previsões sobre a evolução das receitas de publicidade em televisão que, a confirmarem-se, permitiriam a realização de lucros a médio prazo. Para a SIC, essas receitas evoluirão, nos próximos anos, ao ritmo seguinte: 22,5% em 1993, 20% em 1994, 18% em 1995 e 16,5% em 1996. Embora mais prudente, a TVI apresentou, para o mesmo período, taxas de crescimento igualmente favoráveis: 16%, 14%, 13%, 12% ²³.

Para além do aumento global de receitas de publicidade em televisão, a SIC e a TVI esperam vir a beneficiar, dentro de cinco anos, de quotas de mercado extremamente relevantes, respectivamente 30% e 20,5%, o que deixaria para os dois canais públicos 49,5% do total. Um cálculo realista? Não é esse, em todo o caso, o parecer da Alta Autoridade para a Comunicação Social, que, no documento de apreciação das diferentes candidaturas, considerou, a este propósito: «As quotas previstas afiguram-se, embora em graus diferentes, optimistas, principalmente se se considerar a dificuldade de se conquistar mercado a uma empresa fortemente implantada e com uma boa bolsa de programas, como é o caso da RTP.»

Num colóquio efectuado no ISCTE ²⁴ o representante em Lisboa da Carat, uma das principais centrais de compras que operam no espaço europeu, referiu-se às perspectivas de evolução do mercado da publicidade de uma forma lapidar: «O bolo da publicidade em Portugal manter-se-á, *grosso modo*, nas dimensões actuais; o número de fatias é que aumentará.»

Na sua opinião, o elevado índice de crescimento observado nos últimos anos (12 milhões de contos investidos na publicidade em televisão em 1987 e 33 milhões em 1991) não se explicaria por um dinamismo especial do sector, mas sim pelo efeito conjugado da inflação e do regime de monopólio

²² *Op. cit.*, p. 15.

²³ O projecto que veio a ser excluído, a TV 1, previa taxas de evolução nunca inferiores a 20%...

²⁴ «Televisão pública/televisão privada: o verso e o reverso da concorrência», de 25 a 27 de Março de 1991, organização do Núcleo de Estudos de Sociologia da Comunicação.

em que funcionava a RTC, capaz de fixar tabelas com variações anuais entre os 22% e os 32%. A preços constantes, o volume total dos investimentos não atingiria em 1991 os 20 milhões de contos. Se se excluísse o efeito provocado pelos aumentos das tarifas, o montante de investimentos publicitários na televisão teria sido de 12 milhões de contos em 1987 e de apenas 9 milhões em 1991.

Ora, a concorrência desencadeada pela abertura dos dois canais privados, anulando a facilidade com que se elaboravam tabelas, aliada a certas operações de *dumping* que, nalguns países, provocaram até descidas de preços em termos absolutos, aconselharia, para o conferencista citado, sérias reservas sobre o futuro da televisão em Portugal.

Os valores apurados para os primeiros quatro meses deste ano parecem, no entanto, contradizer este pessimismo. Segundo dados da Markttest, o investimento em publicidade para o conjunto dos quatro canais ultrapassou os 15,8 milhões de contos, contra 10,9 milhões em idêntico período do ano anterior, antes do aparecimento da televisão privada. Nem os mais optimistas esperariam um tal aumento de 45%... Com índices de audiência próximos dos da TV 2, a SIC obtém receitas quase três vezes superiores — 780 000 e 2,1 milhões, respectivamente. Aliás, até a TVI, cuja actividade se iniciou em finais de Fevereiro, suplanta em cerca de 160 000 contos a verba conseguida pelo 2.º canal do Estado. Parte deste sucesso redundam em detrimento da imprensa escrita. Em 1992 televisão e imprensa equivaliam-se no que respeita à distribuição das verbas da publicidade. Em 1993 a televisão recolhe 56,1% do total comum aos dois suportes.

Tendo em conta a metodologia seguida pela Markttest, que parte das inserções e das tabelas formalmente divulgadas pelos operadores, os valores indicados podem estar inflacionados. Há indícios, por outro lado, de que o mês de Maio terá já sido muito menos brilhante. Primeiro impacto da recessão? Mas, caso se confirme a tendência, ela exprimirá uma reacção altamente positiva dos publicitários ao novo panorama do audiovisual em Portugal.

Reacção duradoura? Em França os anos imediatamente posteriores à criação de canais privados e à privatização da TF 1 foram também de manifesta euforia: 27,4% de aumento de receitas de publicidade em 1986, 35,8% em 1987 e 27% em 1988 ²⁵. Só que, dissipado o efeito de novidade e alterada a conjuntura económica internacional, assistiu-se a um autêntico desastre, mais visível e dramático ainda com o encerramento da La Cinq em 12 de Abril de 1992, após uma sucessão incontrolável de défices: 550 milhões de francos em 1990, 1120 milhões em 1991 ²⁶.

As comparações valem o que valem, é certo. Poder-se-á admitir que o mercado de publicidade em Portugal apresente uma capacidade potencial

²⁵ Valores apurados pelo Institut de Recherches et d'Études Publicitaires e publicados no jornal *Le Monde* de 8 de Maio de 1992.

²⁶ Números amplamente divulgados na imprensa francesa.

de desenvolvimento superior à de outros países devido ao ritmo mais acelerado de expansão económica que se tem vindo a verificar. Mas convirá notar que a percentagem da despesa em publicidade relativamente ao PIB (0,70%) já não se encontra distante da média europeia (0,79%)²⁷.

3.2. CENÁRIOS POSSÍVEIS

Tendo em conta os factores analisados, cinco cenários são teoricamente possíveis:

- 1.º A crise internacional é resolvida. O progresso da economia portuguesa, aliado à dinâmica suscitada pelos canais privados, provoca um alargamento substancial do mercado da publicidade. E as receitas chegam para todos: para os canais públicos e para os canais privados;
- 2.º O sucesso relativo dos canais privados é acompanhado por um endividamento dos canais públicos, que obriga o Estado, para manter o serviço público, a suportar encargos cada vez mais pesados;
- 3.º Canais públicos e privados arrastam-se numa situação de debilidade financeira. Além de despesas acrescidas com os canais públicos, o Estado vê-se na contingência de financiar os canais privados, que não deixarão de invocar a seu favor o facto de prestarem, também eles, um serviço público;
- 4.º Os canais privados, ou algum deles, não resiste(m) às imposições do mercado. Sucumbe(m). O que acarreta múltiplas falências a jusante, sobretudo em empresas independentes de produção de programas, e o desemprego de uma legião de trabalhadores, em particular de jovens jornalistas recém-chegados a um mercado de trabalho que vibrava então com as mais sedutoras expectativas;
- 5.º Por razões de natureza política ou económica, o governo decide privatizar, à imagem do que se passou em França, um dos canais públicos. Certamente o mais rentável. O panorama do audiovisual altera-se profundamente. Dão-se novos alinhamentos. Reforçam-se alguns grupos *multimedia*. Outros enfraquecem. E a SIC? E a TVI? Incógnita...

À luz do que se tem vindo a observar internacionalmente, o 2.º e o 3.º cenários aparentam maior grau de verosimilhança.

Em Espanha o relativo alargamento do mercado da publicidade provocado pela abertura da Antena 3 e da Telecinco não foi suficiente para dar satisfação a todos os canais. Em consequência, reduziram-se drasticamente

²⁷ Estatísticas da OCDE.

as receitas da RTVE, que terá apresentado, em fins de 1992, um défice acumulado de 190 milhões de contos ²⁸. Em França os dois canais públicos, Antenne 2 e FR 3, perderam, em 1991, 25 milhões de contos. Na Itália, e apesar das medidas tomadas recentemente — supressão de postos de trabalho, aumento de inserções publicitárias e agravamento da taxa de TV —, o endividamento total da RAI ultrapassa os 175 milhões de contos. Na Alemanha as receitas de publicidade da ARD diminuíram 21,7% de 1989 para 1990. Na Grã-Bretanha uma auditoria da Price Waterhouse feita à BBC recomenda uma melhoria na contabilidade da empresa de 50 milhões de contos até 1996, sendo 18 milhões provenientes de novas receitas e de 32 milhões de cortes nas despesas ²⁹; um plano de redução de 10 000 postos de trabalho está em curso.

Embora menos anuviado, o ambiente no sector privado não deixa de causar certas apreensões. Realce para o colapso, já focado, de La Cinq. Para as experiências infelizes do grupo Maxwell em Espanha. Para as dificuldades que atravessa o grupo Fininvest, de Berlusconi, cujo saldo negativo em 1990 superou os 2 mil milhões de dólares. Para a estagnação da ITV, que, em 1991, viu o seu rendimento publicitário líquido baixar 1,6%. E a dimensão da crise fora da Europa é atestada por dois gigantes da televisão privada americana, NBS e CBS, que perderam, em 1991, 55 e 85,8 milhões de dólares ³⁰.

Em 1991 os investimentos publicitários em todo o mundo registaram, pela primeira vez desde o início dos anos 60, uma descida de 1,5% comparativamente ao ano anterior ³¹. Procurar na guerra do Golfo a razão desta quebra é algo limitativo. As esperanças num relançamento rápido que se seguiria ao fim do conflito foram frustradas. E os poucos números de que se dispõe para 1992 não são animadores. Na verdade, as razões são mais profundas: entroncam na crise que afecta todos os domínios da economia mundial e na desordem que reina nalguns sectores do audiovisual.

Referimo-nos em concreto às estações hertzianas e generalistas. De facto, tanto na televisão por cabo como no negócio do vídeo os resultados são diferentes. Por outro lado, é patente o sucesso de cadeias temáticas, como a CNN, e de cadeias por assinatura, de que o francês Canal Plus é pioneiro. Durante a guerra do Golfo a CNN gastou, em despesas suplementares, cerca de 17 milhões de dólares. Mas o aumento das receitas publicitárias e a venda de imagens a outros operadores possibilitaram ao grupo liderado por Ted Turner realizar um benefício de 197 milhões. Por sua vez, o Canal Plus, com ramificações em Espanha, na comunidade francófona da Bélgica, na Alemanha e na Tunísia, conta, nove anos após a sua fundação, com mais de 4 milhões de assinantes e o seu benefício, em 1991, cifrou-se em cerca de 180 milhões de dólares. Não admira, portanto, que o exemplo

²⁸ *Le Monde* de 19-20 de Abril de 1992.

²⁹ Francisco Rui Cádima, «A caixa registadora: como vão as televisões privadas na Europa», in *Expresso — Revista* de 9 de Maio de 1992.

³⁰ V. André Lange, *op. cit.*, pp. 131 e 139.

³¹ *Id.*, *ibid.*, pp. 131 e 141.

frutifique: o consórcio britânico *B sky B* aumenta de duas para quatro as suas cadeias destinadas a assinantes e a RAI projecta criar a sua primeira cadeia do mesmo género, associando-se ao Canal Plus e ao grupo americano Time Warner ³².

No caso específico de Portugal, dois canais privados, hertzianos e generalistas, nascem no auge da perturbação internacional (é sintomático que iniciativas deste tipo se tenham multiplicado de 1984 a 1989 e parado de então para cá). A este factor acrescentam-se outros de natureza interna, mas não menos condicionantes da evolução do processo televisão pública *versus* televisão privada: indefinição da repartição do capital da TVI; reduzida dimensão, considerando os objectivos ambiciosos que se propõe atingir, da SIC (o último aumento de capital tanto poderá significar expansão como tentativa de resolução de problemas prementes); propensão do governo, amplamente demonstrada com a criação, em Junho de 1992, da RTP Internacional e com sucessivas injeções de capital, para reforçar a posição dos canais que controla.

4. CONCLUSÕES: LIMITES E EQUÍVOCOS DA CONCORRÊNCIA

1. Meio de comunicação social dotado do mais elevado grau de performatividade, a televisão desperta o apetite dos variados grupos de interesses políticos ou financeiros alojados no aparelho de Estado ou ciosos de reforçarem a sua capacidade de intervenção no espaço público. A concorrência televisão pública/televisão privada não é, pois, sinónimo de «informação livre», como o pretendem levemente alguns teóricos do sistema. Ela representa, sim, o alargamento do espaço discursivo a outros enunciadores. Independentemente dos aspectos benéficos que rodeiam o seu aparecimento em Portugal, aumentando a pluralidade da informação, encorajando a inovação e, de algum modo, a ousadia, a concorrência veio acelerar o concentracionismo e a internacionalização de que a imprensa escrita já vinha sendo objecto. Tais factores implicaram, citando José Manuel Paquete de Oliveira, a associação de «projectos dos mais diversos sectores da comunicação social, diferentes na orientação editorial, no ramo de comercialização, na natureza dos interesses políticos e sociais», de tal forma que «já se torna difícil perceber quem é quem». Implicaram ainda a «inflação galopante nos salários de alguns jornalistas vedetas, ou constituídos em vedetas [...] sem correspondência no todo dos diferentes quadros e categorias profissionais», assim como o desencadear de um «processo de promoções rápidas, ultrapassando hierarquizações administrativas ou rotineiramente constituídas, [que] origina algumas roturas» ³³.

³² Id., *ibid.*, p. 130.

³³ «A integração europeia e os meios de comunicação social», in *Análise Social*, n.ºs 118-119, 1992, pp. 1022 e 1024.

2. Tratando-se de um bem escasso, a televisão hertziana não pode estar sujeita ao livre arbítrio dos operadores. Não é como um jornal, que, por natureza, é de produção ilimitada e cuja leitura assenta numa escolha explicitada no respectivo acto de aquisição. A televisão invade o espaço privado, nele criando hábitos e gerando expectativas, num processo por vezes alheio à vontade deliberada dos sujeitos. No entanto, a prática dos organismos reguladores, como a Alta Autoridade para a Comunicação Social, não tem sido de molde a suscitar a confiança daqueles para quem teoricamente foram criados. Ou primam pela ineficácia ou dissimulam estratégias censurantes do poder político. Padecem, aliás, da mesma crise de representação e de representatividade que separa a sociedade civil das suas instituições.

3. Na altura do encerramento da La Cinq investigadores e dirigentes políticos franceses ligados ao audiovisual declararam, em unísono, que havia «uma quinta televisão a mais». Que dizer então do mercado português? A sua dimensão, segundo José Manuel Paquete de Oliveira, que se refere, de uma forma global, à imprensa, à rádio e à televisão, «não oferece espaço para os múltiplos projectos em implementação»³⁴. Exclusões e transformações profundas poderão vir a abalar, a médio ou a longo prazo, o sistema dos *media*, em geral, e o audiovisual em particular, onerando o erário público ou alterando o instável equilíbrio entre sector público e sector privado.

4. Urge definir o que se entende por «serviço público» e daí tirar as respectivas ilações. A relação entre «serviço público» e «televisão pública» não é automática. Casos há em que televisões privadas, como Channel Four na Grã-Bretanha, ao basearem a sua programação na complementaridade e na diferença, ao insistirem na transmissão de programas educativos e culturais, assumem características de verdadeiro «serviço público». Ocorre também que o «serviço público» seja prestado por canais públicos, embora geridos segundo um estatuto privado. Exemplo: os canais públicos holandeses, cuja programação e direcção são da competência das associações não lucrativas do país (políticas, culturais, confessionais) com um mínimo de 15 000 aderentes, articuladas para o efeito em torno da NOS (Fundação Holandesa de Radiodifusão). Sucede, enfim, que o «serviço público» seja inequivocamente assegurado por uma televisão pública em articulação com o poder político, regional ou central, mas com objectivos claramente identificados. Exemplo: a PBS, nos Estados Unidos. Um dos 347 canais integrados nesta rede, a WNET 13, que emite em Nova Iorque, rege-se pelos sete princípios seguintes: «respeitar e reflectir sobre a diversidade e a complexidade do mundo; servir os que estão mal servidos — os imigrantes, os excluídos do ensino, as populações analfabetas, a juventude urbana; apoiar as oportunidades de aprender durante toda a vida; proporcionar um

enriquecimento cultural; favorecer uma cidadania responsável; aderir aos princípios mais elevados de integridade artística e editorial; criar novas oportunidades através da experimentação»³⁵. Contestada pelas administrações Reagan e Bush, a WNET 13 atravessa um novo período de desenvolvimento desde a eleição de Clinton.

5. Havendo coincidência entre «serviço público» e canal público, terá de estabelecer-se sem ambiguidades o regime de financiamento deste. Taxa uniforme para todos os possuidores de aparelhos, TV, como na BBC, no 1.º canal dinamarquês e no canal flamengo da Bélgica? Taxa variável segundo o consumo de electricidade de cada agregado familiar, como na televisão grega? Taxa e publicidade, como nos canais franceses? Unicamente publicidade, como na RTVE? Publicidade condicionada, como na ARD e na ZDF alemãs, em que as inserções apenas são permitidas entre as 18 e as 20 horas dos dias de semana? Subvenções oficiais aliadas a donativos particulares, individuais ou colectivos, como na PBS americana?

6. Verifica-se que no caso português muito está ainda por resolver. No plano dos conteúdos, pouco ou nada separa uma televisão pública, como canal 1, de uma televisão privada, como a SIC. A mesma busca do sensacionalismo fácil. A mesma tentação de resvalar para programas de gosto duvidoso inspirados num rudimentar *voyeurisme* que em França merecem os epítetos de *télé-poubelle* ou *télé-délation*. Os mesmos cortes em filmes de longa metragem sem qualquer separador que previna o telespectador e com uma frequência que contraria as regulamentações europeias. A mesma «sponsorização» excessiva e, por vezes, pouco transparente.

No capítulo do financiamento assiste-se a uma situação, no mínimo, controversa. Em princípio, a RTP retira as suas receitas directamente da publicidade, sem quaisquer limitações, como se fosse uma empresa privada. Mas aufere também verbas do orçamento do Estado a pretexto de um «serviço público» que é suposto fornecer. Será que, na ausência do acordo celebrado recentemente com o governo, no âmbito do qual se transferem anualmente para a RTP vários milhões de contos, esta estaria isenta de «servir» o público?

7. «A TV dos anos 60 e 70 era a dos criadores e a dos realizadores. Agora ela é a dos gestores, dos programadores, dos directores financeiros e dos publicitários», confessa Claude Torracinta, responsável de um programa de elevada qualidade que, semanalmente, é transmitido pela televisão suíça, intitulado *Le temps présent*³⁶. Obedecendo aos estritos imperativos da audiência, trilhando os caminhos que conduzem, parafraseando Baudrillard, à «menor cultura comum», a RTP será menos uma televisão pública e mais uma televisão comercial de Estado.

³⁵ *La télévision du public*, p. 176.

³⁶ «Télévision de service public: quel contenu?», in *Le débat*, n.º 61, Setembro-Outubro de 1990.