

Relatório do Grupo de Trabalho
para a definição do conceito de serviço público de comunicação social
14.11.2011

Introdução

I. Preâmbulo

II. Conceito e princípios

II.1. Conceito

II.2. Princípios

II.3. Actualidade

II.4. Estado, liberdades e pluralismo

III. Concretização

III.1. Conteúdos

III.2. Agentes

III.3. Públicos, clientes

III.4. Financiamento e cadeia de valores

III.5. Serviço Internacional

IV. Recomendações

V. Declarações de voto

Introdução

O Grupo de Trabalho para a definição do conceito de serviço público de comunicação social foi constituído pelo Despacho nº10254/2011 do Ministro Adjunto e dos Assuntos Parlamentares, Miguel Relvas, publicado no Diário da República, 2ª série, nº157, de 17 de Agosto.

A composição do Grupo de Trabalho (GT) foi a seguinte:

João Luís Correia Duque, que coordena

António Ribeiro Cristóvão

Eduardo Cintra Torres

Felisbela Lopes, que se demitiu em 9 de Novembro

Francisco Sarsfield Cabral, que se demitiu em 30 de Outubro

João Vasco de Lara Everard do Amaral, que se demitiu em 26 de Outubro

José Manuel Fernandes

Manuel José Damásio

Manuel Villaverde Cabral

Manuela Franco

A missão do GT foi a de apresentar as suas conclusões, em forma de relatório, no prazo de 60 dias.

O GT recebeu contributos espontâneos e solicitou outros. A seu pedido, foram ouvidas as seguintes instituições:

ANIM - Arquivo Nacional de Imagens em Movimento

APIT - Associação de Produtores independentes de Televisão

CT – RTP – Comissão de Trabalhadores da RTP

GCS – Gabinete para os Meios da Comunicação Social

ICA - Instituto do Cinema e do Audiovisual

Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A.

RR – Rádio Renascença

RTP – Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S.A.

SEC – Secretaria de Estado da Cultura

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

TVI – Televisão Independente, S.A.

O Grupo de Trabalho reuniu semanalmente. Entre 24 de Agosto e 9 de Novembro teve 10 reuniões ordinárias e ainda mais duas extraordinárias para proceder às audições das diferentes entidades que convidou a pronunciarem-se. Essas reuniões de trabalho foram vivas e participadas pela maioria dos membros do Grupo, tendo sido possível aproximar posições de forma a chegar a um relatório final amplamente consensual.

Nos intervalos entre as reuniões, o Grupo trocou dezenas de mensagens electrónicas, através das quais a maioria dos membros se foi pronunciando, em total liberdade, sobre os diferentes projectos de relatório (foram elaboradas seis versões diferentes). Todos puderam fazer contributos nas suas áreas de especialidade e/ou preocupação, sendo as diferenças de opinião que foram surgindo dirimidas nas reuniões plenárias. Desde o início dos trabalhos que ficou estabelecido que, caso não houvesse consenso sobre parte ou o todo do relatório, os que discordassem poderiam exprimir as suas posições através de declarações de voto que seriam apenas ao relatório final. Esta metodologia permitiu que todas as reuniões realizadas decorressem de forma tranquila e muito construtiva. Em consequência, este Relatório é um trabalho colectivo do GT, que apenas a ele responsabiliza. Foi aprovado por consenso, com uma declaração de voto.

I. Preâmbulo

1. O chamado «serviço público» de comunicação social, *maxime* de televisão, cujo modelo se desenvolveu na Europa ocidental depois da 2.^a Guerra Mundial, é um fenómeno histórico que se deve essencialmente à escassez de meios financeiros e tecnológicos privados, escassez essa agravada pela fragmentação linguística e a diversidade de sistemas políticos prevaletentes então no continente.

2. A definição desse «serviço público» é, pois, contingente e tem variado no tempo e no espaço. A sua associação aos ideais democráticos da Europa ocidental no pós-guerra é abusiva e enganadora. Países com outra dimensão territorial e populacional, assim como outra unidade linguística, como os Estados Unidos e o Brasil, não possuem «serviço público» de comunicação social com relevância mínima e não são menos democráticos por isso. Inversamente, não há ditadura – a começar pela portuguesa (1926-1974) – que não tenha desenvolvido aparelhos de comunicação e propaganda financiados pelo Estado e apresentados como sendo “serviço público”.

3. No espaço europeu contemporâneo, a noção de serviço público refere-se quer a um conjunto de obrigações orientadas para a satisfação de fins de interesse geral, tais como a promoção de valores do colectivo, a satisfação de necessidades estratégicas e interesses de política externa, quer ao conjunto das estruturas organizacionais que se dedicam a proporcionar e gerir os meios necessários à satisfação dos interesses acima referidos. Há importantes variações nos modelos de “serviço público” de país para país, diferenças que decorrem mais do carácter de cada sociedade e da herança das diferentes estruturas organizacionais e menos de concepções diferenciadas. Mais do que um “modelo europeu de serviço público”, há múltiplos modelos nacionais pesadamente influenciados pela experiência de cada país e pela necessidade de justificar as estruturas que foram sendo criadas ao longo dos anos.

4. O actual Estado português herdou da ditadura e conservou, com dignidade constitucional, vários operadores de comunicação social financiados pelos contribuintes através de taxas e/ou

impostos: televisão, rádio e uma agência noticiosa. Pretende-se agora, sobretudo por efeito da conjuntura financeira, privatizar a licença de um dos canais de televisão generalista da RTP, e repensar o próprio conceito de serviço público. Foi neste contexto que o Governo entendeu nomear um Grupo de Trabalho para definir «o conceito de serviço público de comunicação social».

5. Os trabalhos deste GT decorreram num período de intensa actividade no âmbito dos operadores de serviço público, por força da sua inclusão, pela primeira vez, no Orçamento de Estado, obrigando a tutela a intervir e a dar explicações públicas. Nesse sentido, a «aprovação do plano de sustentabilidade económica e financeira da RTP» (PSEF) pelo Governo, no passado dia 24 de Outubro, alterou as condições de elaboração do relatório do GT. Ao declarar oficialmente que pretende «salvaguardar a “marca RTP” enquanto referencial histórico-cultural» e ao anunciar, desde já, a decisão de manter um canal generalista “não-residual” de informação e entretenimento, o Ministro-Adjunto e dos Assuntos Parlamentares fez suas as propostas do PSEF da RTP, incluindo a de que «a RTP continuará a sua actividade num mercado altamente concorrencial, não podendo abdicar de objectivos de audiências [que] garanta[m] as receitas de publicidade que lhe[s] estão associadas» (pág. 7 do PSEF). Esta declaração de princípios ultrapassa largamente o âmbito temporal do plano, para 2012, do mesmo modo que o empenho político num canal de informação da RTP, hoje chamado RTP Informação, pode corresponder a uma estratégia governamental para a sua instrumentalização.

6. Em consequência das declarações e factos ocorridos neste período, o GT teme em especial pelo modelo de informação que o Governo aparenta defender, por considerarmos que permitirá perpetuar a influência, quando não a interferência, do poder político, quer na televisão e na rádio públicas, quer na agência de notícias. Parece-nos por isso pernicioso a orientação pressuposta no PSEF quanto às modalidades do serviço de informação do operador público e quanto à definição do modelo institucional e seus canais, assim como quanto à continuação da publicidade, que não só prejudica todo o sector, como inevitavelmente contamina os conteúdos e a programação.

7. Considerando-se ultrapassado nas suas funções, o GT ouviu do Sr. Ministro que, quaisquer acções suas neste contexto, nomeadamente as relativas ao PSEF da RTP e ao seu comunicado a este propósito, se referiam exclusivamente ao horizonte temporal de 2011-2012 e que, por isso, em nada feriam a missão deste GT; e que, ao lidar com a redefinição de serviço público, o GT iria produzir um conjunto de recomendações, agora consubstanciadas neste Relatório, que seriam elemento essencial da definição da política e actuação futura do Governo neste domínio. Nesse sentido, o Grupo de Trabalho resolveu contornar os condicionalismos expostos e prosseguiu a preparação deste documento como prova do seu serviço *pro bono* à sociedade e como prova da independência com que trabalhou.

II . Conceito e princípios

II.1. Conceito

8. Considera-se serviço público o cumprimento de tarefas destinadas ao bem comum de uma população. Os serviços públicos, em geral, são prestados por entidades públicas, privadas e/ou mistas. Em muitos casos, incluindo serviços de rádio, de televisão e de agência noticiosa, o Estado determina quais as tarefas de interesse para o país e para o conjunto dos seus habitantes. Os serviços públicos têm um carácter de utilidade geral e devem ser prestados com boas práticas e boa gestão dos recursos públicos que lhes forem atribuídos, a fim de serem concretizados com a máxima qualidade, atentos os recursos disponíveis em cada momento.

9. Quanto à comunicação social, o serviço público de rádio e televisão é uma obrigação do Estado consagrada na Constituição da República Portuguesa e em vasta legislação. É um conceito com uma prática de mais de três quartos de século, desde a criação da Emissora Nacional no início dos anos '30 pelo governo da ditadura. A sua existência é defendida pela maioria dos cidadãos em diferentes estudos de opinião.

10. Consideramos que o Estado português deve assegurar a prestação de um serviço público de comunicação social, capaz de garantir que um conjunto de princípios éticos e normativos culturais e sociais se encontram representados nas suas diferentes dimensões de programação e gestão, nomeadamente os relativos ao respeito pelas minorias, promoção da diversidade cultural e da identidade nacional, criação de espaços livres de discussão e debate, promoção de conteúdos nacionais inovadores e de elevada qualidade técnica e artística, apoio à produção independente; e em geral, a promoção da coesão e integração social através de uma acção permanentemente imparcial e independente.

11. Delimitado o conceito deste modo, é necessário atender às diferenças entre o serviço público prestado ao conjunto da população residente no país e o serviço público prestado aos portugueses e seus descendentes vivendo no estrangeiro, e ainda o serviço prestado como exportação de conteúdos para os países lusófonos. Essas diferenças criam algumas complexidades que necessitam esclarecimento e decisões. Nestes termos, as características do serviço internacional de comunicação social e as modalidades em que deve ser prestado serão tratadas separadamente.

II.2. Princípios

12. O serviço público de comunicação social deve respeitar os princípios de universalidade, continuidade, mutabilidade, igualdade, neutralidade e participação.

O princípio de universalidade garante que todos os cidadãos devem estar em igualdade de circunstâncias no acesso ao serviço público, o que implica a distribuição dos seus conteúdos em regime de acesso livre e num regime em que ninguém deixe de aceder por razões económicas.

O princípio de continuidade garante a regularidade de funcionamento das entidades prestadoras de serviço público.

O princípio de mutabilidade garante a atenção dos prestadores de serviço público às mudanças na sociedade, adaptando-se a elas.

O princípio da igualdade, sendo todos os cidadãos iguais perante a lei, pressupõe que se impedem discriminações e que se assegura a igualdade de oportunidade de participação, bem como o respeito pelas minorias e pelas maiorias.

O princípio da neutralidade garante que o serviço público deve satisfazer o interesse geral, não cedendo a interesses particulares.

O princípio da participação garante a intervenção dos cidadãos no serviço público, contribuindo para uma maior democratização da sociedade e para a promoção da cidadania.

13. Estes princípios são, como todos, abstrações, mas devem ser concretizados pela ou pelas entidades prestadoras de serviço público, e o seu cumprimento deve ser escrutinado pelos poderes públicos e pela sociedade, de modo a que não sejam invocados para justificar o injustificável desleixo ou desprezo pela sua aplicação, como tantas vezes tem acontecido. Por outro lado, estes princípios devem ser ajustados às realidades presentes, nomeadamente juntando-se-lhes os princípios de acesso, envolvimento e participação.

Acesso significa a criação por parte do Estado de efectivas condições para que as novas plataformas digitais, nomeadamente as tecnologias e redes sociais, possam também elas servir como instrumentos de promoção e reforço dos princípios que presidem à noção de serviço público.

Envolvimento significa garantir a abertura das actuais estruturas responsáveis pela promoção do serviço público a todos os actores sociais e a criação de nova dinâmicas de programação que melhor envolvam os mais amplos sectores da sociedade com os órgãos de serviço público existentes ou a criar.

Participação significa que o operador de serviço público se comporta como factor de dinamização da actividade cultural e garante de apoio eficaz e operacional à participação do maior número possível de indivíduos e organizações nas dinâmicas de produção e criação inerentes à existência de um serviço público.

14. Em linha com o enunciado, tem vindo a ser proposta em diversos países uma nova definição de serviço público nesta área, que se estende da rádio e televisão aos *media* interactivos e tecnologias sociais. Em vez do conceito e das práticas de “Public Service Broadcasting (PSB)”, deveria existir um “*Public Service Media* (PSM)”, alargando-as dos operadores públicos aos *media* interactivos e tecnologias sociais, impondo-se tal mudança pelo desenvolvimento ao nível das tecnologias de transmissão e armazenamento de informação.

15. A evolução tecnológica veio tornar obsoletos argumentos passados que associavam a necessidade de existência de serviços públicos de comunicação social às limitações de espectro disponível, o que resultava na necessidade de garantir através de um serviço gerido pelo Estado o acesso de todos a um bem que era escasso. Hoje, tal argumento já não possui qualquer sustentabilidade: ou se aceita que a noção de serviço público só deve enquadrar os aspectos que versam o aprofundamento e transformação positiva do modelo de sociedade em que nos movimentamos, ou pelo contrário, se assume que a prossecução dos fins gerais que presidem ao serviço público exige a possibilidade de estender o mesmo a outras plataformas tecnológicas para além daquelas actualmente consideradas. Neste caso, devemos aceitar que a concretização

dos objectivos do serviço público pode integrar o seu alargamento aos *media* interactivos e tecnologias sociais, hoje com assinalável peso e relevância cultural e social.

16. No caso português, o GT foi solicitado a pronunciar-se, sobre a rádio e a televisão públicas, actualmente concessionadas à RTP, SA, e sobre o serviço prestado pela Lusa – Agência de Notícias de Portugal, SA, de que o Estado é o maior accionista e financiador. Face ao exposto, considerou-se no entanto que o conceito de PSM abrange igualmente os *media* interactivos e tecnologias sociais, como por exemplo, a Internet e as redes sociais, pelo que o GT se pronuncia igualmente sobre eles.

Dada a importância da regulação e da auto-regulação numa actividade com a relevância da comunicação social, o GT também se pronuncia sobre esta matéria, intimamente ligada ao bom desempenho da concretização do serviço público.

17. O GT alerta para a necessidade de não se confundir o serviço público de comunicação social com a entidade ou as entidades actualmente encarregadas de o fazer. De facto, mais importante do que as instituições é o serviço que elas devem prestar.

II.3. Actualidade

18. Este GT realiza o seu trabalho quase uma década após a anterior comissão nomeada pelo Governo para tarefa semelhante. Consideramos que as alterações entretanto ocorridas no mundo dos *media* aconselham que o Governo recorra a organismos do tipo deste GT com uma frequência maior, a fim de recolher dados e reflexões que contribuam para melhorar a pertinência das intervenções públicas numa realidade em mudança rápida.

19. Na última década, acentuou-se a explosão de comunicações, com a afirmação da Internet como meio alternativo de acesso a conteúdos, nomeadamente televisivos e radiofónicos; com novas plataformas de distribuição; com o surgimento de novas tecnologias de acesso a conteúdos escritos e audiovisuais (telemóveis de nova geração e *tablets*); com a difusão do computador pessoal e a da Internet de banda larga; com a perda de públicos por *media* como o jornal impresso e o CD; com a convergência das formas de comunicar da imprensa, da rádio e da televisão, entre si e com as comunicações pessoais, motivando um maior empoderamento dos leitores, ouvintes e espectadores face aos *media*, com os quais interagem mais e obrigando-os a atender mais às suas opiniões e escolhas.

20. No caso particular da televisão, este meio iniciou, provavelmente mais tarde que outros, o seu processo de hibridação com as novas tecnologias digitais, que actualmente se configura como a primeira das suas dinâmicas essenciais de transformação. Assim, é hoje claro que a televisão do curto prazo pouco terá haver com a televisão de massas do passado, o que obriga necessariamente a repensar a noção de serviço público. O caso da rádio é distinto em vários aspectos, mas similar no que diz respeito às principais transformações infra-estruturais.

21. A evolução do meio televisão de meio generalista de massas para meio segmentado, depois para meio de suporte a conteúdos a pedido, e hoje para uma plataforma de distribuição digital,

corresponde à transformação dos mecanismos de representação e transporte da informação. A digitalização dos mecanismos de codificação e transporte resultou inevitavelmente numa fragmentação de canais a que se veio juntar em fase posterior uma fragmentação de audiências com que hoje os canais generalistas do passado são confrontados. A integração da televisão e da rádio em ambientes distribuídos de informação multimédia implica que o acesso e uso dos respectivos conteúdos seja feito, cada vez mais, em articulação com o uso e consumo de conteúdos disponibilizados em simultâneo por outros meios, muitas vezes com ligações directas ou implícitas que convocam um envolvimento dos públicos distinto daquele que existia no passado.

22. Uma redefinição de serviço público tem em primeiro lugar de se confrontar com esta transformação primordial nos mecanismos de acesso ao sinal: deixa de fazer sentido defender os princípios do serviço público através da garantia de acesso a um meio que perdeu relevância para uma parte significativa dos públicos, os quais, ou acedem a esses conteúdos por outros meios, ou pura e simplesmente não os consideram. O problema do acesso em Portugal é hoje particularmente relevante, nomeadamente porque a solução de TDT, desenhada para responder ao princípio da universalidade num conceito de transmissão digital de sinal, não possui canal de retorno e irá provavelmente - não só mas também por isso - servir apenas uma parte reduzida da população, recorrendo grande parte desta a plataformas pagas para efeitos de acesso a conteúdos televisivos e também radiofónicos.

23. Uma segunda dinâmica de transformação da televisão dos nossos dias corresponde à evolução da sua função comunicacional e formas de uso. Assim, as soluções de OTT – *over the top television* – mas também soluções paralelas denominadas em muitos casos de internet TV, veem introduzir um novo conceito da televisão, não como um destino final do processo de mediação, uma caixa simplesmente colocada à disposição do consumidor que no acto de acesso esgota o processo de consumo, mas sim como um dispositivo intermédio, que funciona como um portal essencial no contexto doméstico para acesso a uma miríade de serviços e bens, nomeadamente através de soluções suportadas no universo das “aplicações”. Este tipo de inovação vem criar um obstáculo muito claro à prossecução da missão tradicional do serviço público, na medida em que corresponde à oferta de serviços e conteúdos supra-nacionais e deslocalizados dos interesses e dinâmicas locais.

24. A terceira dimensão de transformação do dispositivo televisivo diz respeito aos conteúdos. Aumentou exponencialmente a oferta de conteúdos em todas áreas de produção e criação: informação, entretenimento e formação; profissional e amadora; individual, local, regional, nacional e internacional; patrocinada, apoiada por marcas, com inserção publicitária nos conteúdos ou sem nada disso. O aumento da oferta concretiza-se num número crescente de conteúdos, organizados em oferta analógica e digital, plataformas e canais, mas também dispersos pela liberdade mediática que a Internet proporciona, ao contrário dos ambientes fortemente regulados como a TV e a rádio de acesso livre por via terrestre ou mesmo os jornais impressos.

25. As mudanças estão também do lado dos utilizadores. A ligação dos cidadãos e consumidores vai-se fazendo cada vez mais aos conteúdos do que aos canais e plataformas. O importante é

aceder ao conteúdo, onde quer que esteja ou tenha tido lugar a difusão original. Estas mudanças implicaram uma alteração significativa da relação dos cidadãos e consumidores com os *media* tradicionais, nomeadamente com a rádio e a televisão. Em especial, a televisão generalista, quer os canais privados, quer os canais públicos, tem sido afectada na sua quota de audiência (*share*).

26. Os quatro canais nacionais em sinal aberto têm este ano, até ao presente, um *share* conjunto de 74,7%, cabendo a restante parte de audiência aos canais de plataformas pagas (21,8%), ao vídeo (2,6%) e ao satélite (0,1%). Desde Agosto, estas alternativas à TV em sinal aberto atingem já cerca de 27% do *share*. As opções dos portugueses com acesso às plataformas pagas e ao vídeo são claras: desde Janeiro até ao presente, o *share* dos quatro canais generalistas abertos é de 59,4%. Junto desta população, a RTP1 e a RTP2 juntas têm menos audiências do que o canal privado mais visto (TVI). A RTP2, por exemplo, tem entre os portugueses com acesso a alternativas menos audiência do que o canal de notícias mais visto (SIC Notícias). Os números comprovam a queda de influência da TV generalista no universo televisivo, muito embora, em termos de *rating*, mantenha poder de atracção.

27. Face às três dinâmicas de transformação da televisão que acabámos de referir, não é provável que este cenário se altere muito no curto e médio prazos, o que, em paralelo com a circunstância da profunda crise económica e financeira que afecta muitos países, Portugal em particular, nos coloca inevitavelmente perante uma dupla questão:

- a) não é possível, nem corresponde à prossecução dos princípios que presidem à definição de serviço público, continuar a sustentar um modelo assente na manutenção e gestão de um dispositivo que integre o número de canais de televisão e rádio que temos hoje; portanto, como reformar esse dispositivo? e
- b) face ao panorama das transformações tecnológicas e decorrentes consequências sociais, que acabamos de enunciar, como podem os princípios e interesses do serviço público continuar a ser prosseguidos?

28. A crise tornou mais sensível, quer para o Estado, quer para os contribuintes, o tema da percepção custo-benefício do financiamento do serviço público e, mais em particular, a sua concretização pelo operador público de rádio e de TV, a RTP. Nota-se em diversos fóruns de opinião pública, nos últimos anos, um assinalável debate a este respeito.

29. As mudanças referidas e a situação económico-financeira acentuam a necessidade de o serviço público se adaptar às novas realidades. Consideramos que, no futuro, o empenho do Estado no serviço público necessitará de se basear numa concepção menos centrada nas instituições encarregadas das tarefas de serviço público e mais na diversificação do acesso e participação na totalidade das tecnologias de distribuição disponíveis, bem como no reforço efectivo do apoio à criação e produção de conteúdos que, cumprindo com os princípios do serviço público, promovam simultaneamente a participação e envolvimento dos cidadãos com a totalidade dos meios disponíveis, promovendo-se assim a sua efectiva exploração local em ordem a evitar a completa subjugação das nossas dinâmicas criativas e de produção a modelos e padrões importados.

30. Na realidade presente, e como atrás referido (§13), o serviço público deve incorporar três novos princípios: acesso, envolvimento e participação.

Pelo acesso, repita-se, o Estado cria efectivas condições para que as novas plataformas digitais possam servir como instrumentos de promoção e reforço dos princípios que presidem à noção de serviço público.

Pelo envolvimento, o Estado garante a abertura das actuais estruturas responsáveis pela promoção do serviço público a todos os actores sociais, nomeadamente através da reforma profunda dos mecanismos de gestão dessas mesmas entidades, o que poderá passar por diferentes modelos como por exemplo o fundacional; o Estado garante também a criação de nova dinâmicas de programação que melhor promovam o envolvimento de mais amplos sectores da sociedade com os órgãos de serviço público existentes ou a criar. Para tal, é essencial que estes organismos não estejam dependentes de receitas publicitárias directas e possam, obviamente em função de uma estrutura muito mais leve que a existente, beneficiar de outros modelos de financiamento.

Por último, pela participação garante-se que o serviço público se comporta como factor de dinamização da actividade cultural e de criação de mecanismos de apoio, alargando o envolvimento de indivíduos e organizações nas dinâmicas de produção e criação inerentes. Para tal, é essencial que o serviço público prescindia de produzir ele próprio parte substancial dos seus conteúdos e antes reforce processos de encomenda e promoção da actividade dos criadores nacionais.

31. Esta função de promoção da participação social no serviço público implica ainda, por parte das organizações responsáveis pela sua gestão, que aquele se abstenha por completo de desenvolver iniciativas isoladas em diferentes sectores, como a formação ou a consultoria tecnológica, replicando valências já disponibilizadas à sociedade igualmente por dinheiros públicos. As boas práticas recomendam, por norma, o recurso a parcerias com outras organizações públicas ou privadas, académicas ou empresariais, para dessa forma evitar duplicação e desperdícios e promover a participação de todos no serviço público e nos conteúdos que o suportam.

32. Em resumo, consideramos que, em Portugal e em 2011, se deve considerar como serviço público de comunicação social aquele e só aquele que cria e distribui à população conteúdos que contribuem para a formação das pessoas e para o seu enriquecimento cultural, impulsionados, estruturados e distribuídos sob supervisão pública e resultando de uma gestão racional e proporcionada dos recursos públicos.

II. 4. Estado, liberdades e pluralismo

33. A Constituição define a República Portuguesa como “um Estado de direito democrático, baseado na soberania popular, no pluralismo de expressão e organização política democráticas”. Estabelece igualmente que “todos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar, de se informar e de ser informados, sem impedimentos nem discriminações” (artigo 37º). É também garantida a liberdade de imprensa (artigo 38º), onde se especifica que o Estado

deve tratar as “empresas titulares de órgãos de informação geral” de “forma não discriminatória e impedindo a sua concentração”.

34. Decorre destas normas, em nosso entender, que o Estado tem a obrigação não só de regular o mercado para garantir condições de concorrência (existindo, para esse fim, uma entidade reguladora como a Autoridade da Concorrência), como de agir de forma cuidadosa, seja no que respeita ao comportamento das empresas públicas do sector, cuja acção não deve assumir formas que possam ser qualificadas como de concorrência desleal, seja no atender às condições de sustentabilidade das empresas do sector.

É sabido que as mutações por que passa o mundo da comunicação, associadas à crise económica, têm criado dificuldades às empresas do sector, com importantes consequências para a sua capacidade, incluindo investir em bom jornalismo.

É também sabido que a melhor garantia para a independência das empresas de comunicação social é a sua sustentabilidade económica e financeira. Sem ela, as empresas enfraquecem e ficam mais sujeitas a pressões externas. Sem ela, a área editorial fica mais sujeita às estratégias – muitas vezes de sobrevivência – das respectivas empresas.

35. Não compete ao Estado, na nossa perspectiva, apoiar financeiramente as empresas de comunicação social, pois isso constituiria sempre uma tentação para possíveis interferências. Não deve fazê-lo nem directa nem indirectamente, por exemplo através da compra não justificada de espaços de publicidade.

Mas se não compete ao Estado “salvar” as “empresas titulares de órgãos de informação geral”, também não deve actuar de formas que tornem ainda mais difícil, senão impossível, a sua necessária readaptação a um mundo comunicacional em mutação no qual operadores de carácter global intervêm de forma cada vez mais poderosa e sem uma relação directa com os espaços que ainda são nucleares para o jogo democrático, isto é, os Estados nacionais.

III. A concretização do serviço público

36. A existência de qualquer serviço público implica quatro realidades: o conteúdo (o serviço que é prestado); a institucionalidade ou agenciamento (os agentes envolvidos); o financiamento; os destinatários.

III.1. Os conteúdos

37. Os conteúdos são a essência do serviço prestado aos cidadãos. Toda a cadeia dimensional referida, dos agentes ao financiamento, visa prestar o melhor serviço público a quem contacta com os conteúdos. O operador de serviço público existe para disponibilizar conteúdos; o financiamento público existe para que esses conteúdos sejam disponibilizados. A prestação de serviços públicos por *media* do Estado ou sob sua supervisão deve concretizar os seguintes valores em todos e cada um dos seus conteúdos: a qualidade, a diversidade, a identidade cultural e a autonomia.

38. A qualidade liga-se intrinsecamente à essência do serviço público de *media*, do qual se espera inovação, risco, criatividade, capacidade de permitir à sociedade um dialogo e uma reflexão com relevância social, a autenticidade e a riqueza expressivas daquilo que se emite e a rejeição da trivialidade.

39. O serviço público deve também respeitar a diversidade nos planos regional, político e cultural, reflectindo no seu trabalho realidades multiformes. Só assim se promove a coesão entre grupos que habitam espaços físicos distintos e que estruturam o seu quotidiano através de sistemas específicos. A diversidade deve ser orientada para os indivíduos, proporcionando-lhes oportunidades de expressão, vocacionada para os temas, integradora de realidades de diferentes áreas territoriais e promotora de novos formatos.

40. A identidade cultural visa garantir a preservação da identidade colectiva e a coesão nacional.

41. O distanciamento face às fontes de financiamento visa preservar as instituições que prestam o serviço público de comunicação social das pressões oriundas, quer do poder político, quer do mercado, a fim de se conquistar a autonomia.

42. Em televisão e rádio, Portugal dispõe de uma oferta de canais significativa, tendo em conta os recursos humanos e financeiros existentes. Uma parte é de acesso livre; outra é de acesso pago e condicionado a plataformas de distribuição como o cabo. Os canais de acesso livre generalistas fornecem, até por obrigações para com o Estado, conteúdos de determinados géneros, com uma quantidade mínima ou razoável de informação, de entretenimento e de formação.

43. Tendo em conta a programação dos canais privados, pode dizer-se que há áreas de conteúdos que estes não fornecem, por várias razões: não têm essa obrigação, não têm vocação ou não têm retorno financeiro para o investimento. Associadas ao valor da qualidade, algumas dessas áreas de conteúdos que os privados não apresentam são relevantes no sentido de serviço público, como, por exemplo, a programação infanto-juvenil isenta de compromissos comerciais; a ficção histórica ou outra; a programação experimental, para as minorias, etc.

44. Consideramos justa, e resultante do senso comum, a afirmação corrente de que o serviço público deve proporcionar a criação e a distribuição de conteúdos que não têm lugar nos outros canais. Os conteúdos de interesse público, financiados pelos cidadãos, não podem ser concebidos e concretizados para fazer concorrência no mesmo patamar dos restantes conteúdos. A oferta de conteúdos deve sempre constituir uma alternativa, ser uma janela da diferença e de enriquecimento individual e colectivo, assim como contribuir para a coesão nacional. Deste modo, enriquece-se a oferta pela variedade e pela própria riqueza dos conteúdos fornecidos pelas entidades encarregadas do serviço público. Por outras palavras, o serviço público não deve concorrer com a comunicação social privada no terreno desta última.

45. A crescente dissolução dos conceitos de canal e de audiência que assiste no momento da emissão deve levar à criação de conteúdos que tenham uma vida longa e multimediática. Tal só

se obtém com empenho nas qualidades de conteúdo (narrativas, temas e linguagem própria do *media*, por exemplo).

46. A eterna questão dos “programas de elites impostos às massas” é uma falsa questão. Todos os programas são realizados por elites, hoje, aliás, menos as culturais do que as mediáticas, económicas e políticas. Consideramos que os conteúdos, quaisquer que sejam os públicos-alvos, devem aspirar a melhorar a condição cultural e cívica dos indivíduos. Isto é, sejam os conteúdos comumente caracterizados como populares ou sejam eles comumente caracterizados como eruditos, todos devem reger-se pelas melhores práticas da linguagem audiovisual. Por serem populares ou eruditos, não devem ser populistas ou elitistas, nem podem abster-se de contribuir para a condição cultural e política dos seus receptores.

47. A linguagem audiovisual e os conteúdos ditos “de massas” fazem hoje parte do património comum de todas as sociedades, em resultado da disseminação e desenvolvimento das comunicações e seus conteúdos, atravessando-as de “alto” a “baixo”, atraindo pessoas de qualquer origem, condição ou nível de educação. Isso, aliás, deve também estar pressuposto na criação de conteúdos. O objectivo, afinal, é que qualquer conteúdo, mesmo que previsivelmente interessante para uma qualquer minoria, possa cativar todos e cada um dos seus potenciais receptores e ser aceite como tendo interesse público mesmo pelos que não adiram.

48. Consideramos que os conteúdos prioritários em língua portuguesa são: a programação infanto-juvenil; a ficção histórica, criativa, de adaptação literária e de actualidade, porventura polémica; a divulgação da criatividade nacional, em todos os ramos da cultura popular e erudita que não têm oportunidade noutros canais ou estações, bem como da criatividade artística e noutras áreas da actividade nacional, de modo a constituir um acompanhamento da actualidade e uma memória audiovisual nacional; reforço do documentário, numa linha de acção sistemática e de continuidade; cinema português e de língua portuguesa, igualmente numa acção sistemática e de continuidade, ocupando um papel de vanguarda na sua produção e divulgação; entretenimento criterioso, enriquecedor ou alternativo, como a difusão de desportos sem cobertura habitual noutros canais de sinal aberto; a divulgação científica.

49. Consideramos que a existência de uma entidade do Estado concessionária do serviço público não implica

- (a) que os conteúdos sejam exclusivamente produzidos por ela; e
- (b) que não possa haver conteúdos produzidos por outras entidades que sejam avaliados como de serviço público e, nesse caso, apoiados.

50. Em consequência, consideramos que o operador de serviço público deve consolidar políticas de encomenda de conteúdos a produtoras externas, e de abertura concreta a propostas externas. Importa corrigir o rumo errático do operador público, que tem levado não só ao desperdício de recursos humanos e fundos públicos em conteúdos sem interesse público, mas também ao definhamento da produção externa independente.

51. O carácter “de serviço público” dos conteúdos não é monopólio dos operadores do Estado. Outros intervenientes no universo mediático e da produção de bens audiovisuais produzem

conteúdos com interesse público. Nesse sentido, o operador de Estado já aceita actualmente conteúdos de operadores privados portugueses para transmitir nos seus canais de exportação, assim como inúmeros conteúdos antes produzidos e transmitidos por canais comerciais noutros países, alguns de interesse público, outros nem tanto ou mesmo nada.

Actualmente, há inúmeros conteúdos de rádio produzidos por entidades exteriores (toda a música, por exemplo), o mesmo sucedendo com a televisão, sejam neste caso os conteúdos de interesse público (documentários, filmes) ou não (algum entretenimento ligeiro sem interesse público, como, p.ex. tele vendas). A compra sistemática dos produtos de interesse público produzidos por entidades exteriores deve tornar-se estratégica, isto é, submetida a uma lógica de serviço público e de consolidação de uma produção externa variada, previsível no tempo, com regras de adjudicação transparentes, em funcionamento permanente e não reduzida a algumas grandes empresas estrangeiras ou representantes de formatos de programas internacionais.

52. Este caminho teria a virtude de levar o Estado à definição uma estratégia consistente de serviço público (que não tem havido nas últimas décadas) e de levar o operador concentrar-se na criação, orientação, discussão e posterior exibição de conteúdos adequados ao cumprimento de uma estratégia de serviço público.

53. Recorde-se que o modelo de financiamento do cinema português é independente do canal de distribuição, embora sejam valorizadas as propostas que, à partida, têm garantia de transmissão em canais de TV. Para além do subsídio, o Estado não se imiscui na produção de cinema, considerado em teoria como serviço público. Não há razões para que não se possa desenvolver o mesmo modelo em televisão e rádio. Já se realizaram concursos de apoio a conteúdos televisivos criados pela produção independente e a transmitir por operadores público ou privados, concursos esses que não tiveram continuidade. Consideramos que é um modelo a seguir. O Estado, apesar de operador de rádio e televisão, não deve rejeitar a possibilidade de subsidiação de conteúdos considerados de interesse público a produzir e a difundir por operadores privados, desde que haja mecanismos de verificação dessa qualidade antes e durante a sua produção. Esta proposta baseia-se no princípio de que é preferível haver mais conteúdos de interesse público em operadores privados do que menos.

54. Quanto aos serviços informativos no operador do Estado, manifestamos uma profunda preocupação para o futuro, em resultado de um passado de conhecidas práticas de intervenção ilegal ou eticamente reprovável por parte do poder político. Sete décadas e meia de rádio, quase sete décadas de agências noticiosas e cinco décadas de televisão dependentes do Estado indicam que a sociedade portuguesa, a começar pelas suas instâncias de decisão política, não quis ou não foi capaz de criar modelos institucionais e de prática quotidiana evitando a intervenção ilegítima ou eticamente reprovável do poder político, nomeadamente dos governos, nos conteúdos informativos das estações e canais do Estado. Nenhum período pode ser considerado satisfatório, nenhum modelo se revelou à prova de interferências e nunca a cultura das empresas públicas do sector esteve sustentadamente à altura das suas responsabilidades.

55. Face à intervenção ilegítima ou eticamente reprovável dos diferentes poderes nos serviços de informação da rádio, TV e agência noticiosa do Estado; face à incapacidade do modelo de controle pelo parlamento; e face ainda ao falhanço do actual modelo de regulação, o GT propõe

que os conteúdos noticiosos do operador de serviço público de rádio e televisão sejam concentrados em noticiários curtos, sejam limitados ao essencial e recuperem o carácter verdadeiramente informativo, libertos da crescente dimensão subjectiva e opinativa no jornalismo.

56. A actual visão de que é preciso o Estado produzir informação como garante do pluralismo não faz sentido nem na TV nem rádio, como não faz sentido na imprensa escrita, dado que esse pluralismo é garantido pelo próprio funcionamento do mundo da comunicação social em democracia. Os serviços informativos do Estado devem, em consequência, limitar-se aos serviços indispensáveis ao equilíbrio da programação dos diferentes canais e à garantia da expressão das minorias presentes na sociedade.

Em resumo, o Grupo de Trabalho manifesta a esperança de que se alcance finalmente uma informação nos operadores públicos livre da intervenção ilegítima ou eticamente reprovável do poder político.

57. Consideramos que a decisão, apresentada no programa do actual governo, de alienar a concessão de um canal de TV do Estado, não prejudica à partida as missões de serviço público a que o Estado está comprometido. A eventual redução dos canais do Estado de dois para um permitiria reestruturar o canal subsistente de acordo com os princípios, valores e recomendações quanto a conteúdos aqui enunciados.

58. Consideramos que os recursos humanos e financeiros do serviço público podem concretizar-se com mais qualidade em menos conteúdos do que os apresentados actualmente, pelo que o desenho em termos de canais — numa altura, aliás, em que se vai desfazendo a realidade dos canais generalistas — não é determinante para a prossecução das nossas recomendações, caso venham a ser tomadas em conta.

59. Consideramos, entretanto, que o Estado deve reflectir sobre a oferta de canais estatais de TV em plataformas pagas, as quais não são acessíveis a toda a população. É certo que cresce a presença de plataformas pagas no país, estando já na maioria dos lares, mas uma parte resiste a essa despesa ou não tem interesse em mais canais. Recomendamos que sejam estudadas a viabilidade e os impactos da facilitação do acesso a plataformas de cabo pelas pessoas com menos meios e/ou mais resistentes à mudança.

60. Questão diferente, mas relacionada, é a do número de canais que o Estado deve ter nas plataformas de cabo e qual o nível de investimento do operador público na Internet. Uma vez mais, esta questão deve ser pensada em termos de conteúdos de interesse público a prestar e qual o invólucro institucional para os disponibilizar à população, devendo o Estado abster-se de estar presente em formatos para os quais já existe oferta privada diversificada e plural.

61. Consideramos que o Estado não deve alargar a presença do seu operador no mercado com canais de rádio e de TV em excesso e que não visam em primeiro lugar a criação e apresentação de conteúdos de interesse público. Nesse sentido, consideramos desproporcionada a existência de três canais de rádio nacionais do Estado, em pé de igualdade com o mesmo número de canais nacionais privados. Em qualquer caso, o Estado deve ser especialmente cuidadoso em alterações

no mercado das rádios, atendendo às condições difíceis do mesmo. Um dos canais nacionais de rádio deverá passar a direccionar preferencialmente a sua função no sentido de uma ampla divulgação da música e da língua portuguesas, promovendo um trabalho que leve às suas raízes, aos seus autores e intérpretes.

Outro dos canais nacionais de rádio deverá fazer ter como alvo principal a música e cultura eruditas, divulgando sistematicamente recitais e concertos de orquestras e músicos portugueses.

O serviço público da rádio deve ter um destacado papel pedagógico e cultural.

O que não se limita à transmissão de música clássica gravada, antes envolve também palestras, debates, e ainda a transmissão, em directo, de grandes concertos no estrangeiro, estes no âmbito de um plano de reciprocidade que proporcione às orquestras portuguesas uma efectiva entrada nos mercados europeus.

62. Não vemos qualquer interesse público num canal como a RTP Memória, cuja programação apenas parcialmente apresenta conteúdos do passado da RTP. Seria mais útil, e provavelmente teria mais audiência, a plena disponibilização dos conteúdos históricos da RTP através do seu site.

63. Quanto à RTP Informação, julgamos que se corre o risco de este canal redundar numa plataforma ao serviço de interesses que extravasam o domínio do serviço público, sendo claro que os canais privados de informação garantem amplamente o pluralismo nos serviços de informação no cabo.

64. Quanto à RTP África e à RTP Internacional, consideramos que o Estado deve manter um serviço internacional, nos termos adiante indicados em 3.5. A falta de meios e a falta de empenho do operador público nestes canais levaram a que o primeiro deixasse de ser um canal de carácter nacional e que o segundo se transformasse numa montra totalmente desajustada do Portugal de hoje. Consideramos que o serviço deve realizar-se em apenas um canal, o que é suficiente para manter e desenvolver a presença externa do país e exponenciar o que melhor for produzido no operador público e também, como vem acontecendo, com conteúdos dos operadores privados.

65. Sobre a RTP Açores e a RTP Madeira, consideramos que os mesmos cumpriram a sua missão histórica de afirmação das autonomias e de ligação entre si e ao Continente. Todavia, consideramos que essa missão está terminada nos termos até agora seguidos. Dado que existe, também nas Regiões Autónomas, a mesma tendência do poder político para tornar cativos os canais, consideramos que devem aplicar-se-lhes as mesmas recomendações atrás feitas relativas aos canais nacionais.

66. Consideramos que a decisão de privatizar a concessão de um canal generalista do Estado pode ter consequências indesejáveis para os operadores privados. O Estado deve pois encontrar a melhor forma de conciliar os interesses dos cidadãos e o uso regrado dos seus impostos com a necessidade de preservar um tecido empresarial viável no sector da comunicação social, única forma de garantir uma oferta plural e abrangente. Nesse sentido, consideramos que o Governo deve ponderar o *timing* das medidas que vier a tomar, procurar soluções de privatização que não

ponham em causa as condições em que a concorrência se processa neste mercado, devendo ainda acautelar cuidadosamente os interesses do Estado num qualquer novo contrato de concessão.

III. 2. O enquadramento institucional

67. Não é demais repetir que o objectivo do serviço público de comunicação social é criar e distribuir conteúdos comunicacionais. O edifício institucional, qualquer que seja, deve estar ao serviço do objectivo. Em Portugal, como noutros países, sucedeu em boa medida que fazer conteúdos veio a servir em primeiro lugar a manutenção da instituição e sua estrutura dirigente. Os conteúdos estiveram ao serviço da instituição em vez de a instituição estar ao serviço dos conteúdos. O peso dos gastos de estrutura da RTP em comparação com os gastos em conteúdos é a prova disso.

68. A estrutura empresarial escolhida pelo Estado para a entidade responsável pelo serviço público de rádio e de televisão não tem tido, de forma geral, vantagens para os ouvintes e espectadores nem para os contribuintes.

69. A administração depende directamente do poder político; a apetência intervencionista do poder executivo nos conteúdos informativos leva as administrações a ficarem cativas ou incapazes de decisões autónomas.

70. Os serviços da empresa de capitais públicos, numa estrutura pesada, irracional, resultante de voluntarismos pessoais e de arrumação de pessoas, cresceram com o beneplácito da administração e a indiferença dos governos. Acresce que a empresa foi gerida durante diversos períodos com irresponsabilidade financeira, aliás patrocinada pelos governos, que resultou na sua actual situação. Os recursos foram gastos na própria estrutura e não em conteúdos; e os conteúdos realizados não cumpriram, em boa parte, objectivos de interesse público e de diferenciação.

71. As fracturas entre certas estruturas dirigentes, vistas como desnecessárias e sem actividade visível, e os restantes trabalhadores, criaram um ambiente permanente de desalento e desinteresse.

72. O organograma complexo da RTP nunca resultou na criação de estruturas verdadeiramente dedicadas à criação de conteúdos de serviço público; nem existe qualquer reflexão interna produzida sobre a matéria.

73. Igualmente, a empresa de capitais públicos ficou muito aquém das possibilidades de servir de alavanca ou de garante de uma indústria do audiovisual nacional.

74. A empresa já foi alvo de diversas experiências quanto a gestão, reorganizações, alteração de nomes, criação de holdings, de empresas sectoriais, etc. Nenhuma dessas soluções permitiu criar

uma empresa globalmente gerida em simultâneo com boas práticas e criação continuada de conteúdos de interesse público resultantes de qualquer estratégia de serviço público.

75. Nesse sentido, propomos que o Estado promova um debate alargado sobre a melhor forma que, a médio prazo, deve ter uma entidade estatal encarregada do serviço público de comunicação social.

Consideramos que o Estado deve estudar as virtualidades de substituir o actual modelo institucional do operador público de empresa de capitais públicos para o modelo de uma instituição sem fins lucrativos nem concorrenciais. Entretanto, no curto prazo, propomos que, para a boa gestão dos recursos de todos, a empresa concessionária seja profundamente remodelada, de modo a garantir agilidade e a colocá-la ao serviço da criação e produção de conteúdos nacionais de interesse público, evitando o desperdício e os abusos. As boas práticas exigem auditorias rigorosas que garantam que os dinheiros públicos são empregues nos fins a que são destinados, em práticas adequadas ao perfil de uma instituição de serviço público e que o prestigiem.

A probidade que deve caracterizar o exercício de funções públicas, sobretudo em tempos difíceis, deve estender-se aos contratos que o operador público celebra com os seus colaboradores, contratos esses que não podem ser vistos como desproporcionados ou exagerados, como hoje por vezes sucede.

76. A experiência histórica das empresas públicas deste sector está marcada pela carga da governamentalização, mesmo nos seus períodos mais recentes, pelo que, em nome da credibilização do serviço público, se recomenda o maior rigor, exigência e cuidado na selecção dos quadros dirigentes.

77. Manifestamos a nossa preocupação com o destino do Arquivo da RTP. O processo de recuperação e digitalização não foi claro e o investimento, apesar de avultado, não garantiu a efectivação dos objectivos. Nesta altura, o Arquivo continua parcialmente em degradação e o acesso não é facilitado. Ora, a manutenção e disponibilização do Arquivo de Imagem Audiovisual da RTP, especialmente relevante para a história portuguesa do século XX, deve figurar entre as principais responsabilidades e obrigações do serviço público. A RTP, SA deve envidar os esforços para garantir a melhor solução de bens que já deixaram simbolicamente de lhe pertencer, sendo património comum. Quer fique no seio da empresa quer seja dela desanexado, o Estado deve garantir que o Arquivo, na sua dimensão histórica e patrimonial, é preservado e acessível a consulta pública.

Como antes referido a propósito da RTP Memória, propomos que, à semelhança de outros países, o património vá sendo disponibilizado na Internet. O material de arquivo deve sobretudo servir de base ao desenvolvimento e produção de conteúdos educacionais interessantes, cuja qualidade suscitará o interesse geral angariando novas audiências ao serviço público. A dinamização e divulgação criativa de conteúdos de “memória” ou de stock permite a promoção de usos comerciais e possível rentabilização, como é prática corrente de operadores audiovisuais internacionais.

78. A agência Lusa é, no seu formato institucional, uma herança histórica. Não é o resultado de um processo jornalístico e/ou empresarial, mas o resultado do processo político. Resultou da

fusão de duas agências, uma à época politizada num sentido contrário ao da governação, outra fomentada pelo governo do momento e por *media* contrários a essa politização da agência pública.

79. A Lusa presta um serviço informativo específico, que é único; dito de outra forma, está no mercado como monopolista de um determinado tipo de jornalismo. Esse trabalho, por ser único, adquire contornos de serviço público: uma parte da agência está onde os outros não estão; isso é especialmente verdade numa cobertura mais fina do território nacional; daí que uma parte do serviço prestado resulte de outros não o quererem prestar e, como clientes, dele beneficiarem. É, no geral, um serviço útil para os seus clientes e, indirectamente, para os receptores finais da informação (os consumidores de *media*).

80. Acresce que a agência tem um papel importante na informação de e para países ou territórios lusófonos de África e Ásia, no que adquire uma função de difusão da portugalidade e relacionamento próximo com esses países com contornos de política externa, excedendo, pois, o jornalismo. Esta dupla função - jornalística e em ligação com a política externa - obriga a uma reflexão sobre o papel da agência e o papel do Estado nela.

81. O Estado tem sido o principal accionista da única agência nacional, por não haver recursos ou interesse na sociedade para uma agência privada; por não haver apetite dos accionistas privados em assumirem o controle total da agência; mas também pela ligação do trabalho jornalístico à política externa e, inevitavelmente, pelo interesse dos governos em poderem dispor, em cada momento, de um canal de difusão rápido e generalizado das mensagens que pretendem passar. Assim, na agência de notícias têm convivido, por um lado, um trabalho jornalístico normal e em parte único e de interesse público; por outro lado, a instrumentalização directa por parte do governo do momento, no sentido de influenciar a agenda política e colocar as suas mensagens. Esta última utilização da agência pelo poder político é condenável e de novo implica a utilização de recursos públicos para propaganda.

82. Consideramos aconselhável reformular o modelo institucional da agência de modo a impedir a sua utilização ilegítima ou eticamente reprovável pelo poder político e também de forma a prevenir uma confusão entre missões jornalísticas e de política externa. Idealmente, o controlo da agência devia ser assumido pelos seus accionistas privados, seguindo um modelo muito comum noutros países e sem prejuízo de o Estado manter um contrato de prestação de serviços públicos e a respectiva comparticipação financeira.

83. Sugerimos a possibilidade de o Estado manter com a agência um contrato rigoroso de prestação de serviços públicos, aprofundando-o no sentido acima descrito, e alienar a sua quota e controle da agência, no sentido de a libertar das ingerências políticas ilegais ou eticamente condenáveis e permitir-lhe entregar-se por completo às suas missões.

84. No caso de o Estado se manter como accionista principal, sugerimos a alteração do enquadramento institucional, quer quanto à nomeação do administrador do Estado, quer pela escolha das direcções por concurso público e não, como actualmente, como instrumento de uma administração chefiada pela tutela política.

85. Debateremos a hipótese de um maior envolvimento do parlamento nos processos institucionais das entidades encarregadas dos serviços públicos de comunicação social (rádio, TV e agência), em substituição do Governo, de modo a proporcionar uma maior independência aos *media* e a dificultar as intervenções ilegítimas ou eticamente condenáveis. Todavia, a prática conhecida aponta para práticas democraticamente perversas quando o parlamento é envolvido, como no caso de eleições por 2/3 dos deputados. De facto, a maioria dos 2/3 tem resultado menos numa representatividade da sociedade do que num acordo entre as direcções dos dois maiores partidos, o que não é de forma alguma suficiente para representar a sociedade no seu conjunto.

86. Desse modo, recomendamos que sejam encontradas novas formas estatutárias para os órgãos de comunicação social do Estado, quer quanto à intervenção do parlamento, quer através de maior envolvimento do Presidente da República e da sociedade civil, nomeadamente através de um possível envolvimento das maiores e mais prestigiadas fundações privadas, e outras organizações da sociedade civil que, dificultando a manipulação do jogo democrático, pudessem em conjunto garantir simultaneamente práticas de gestão cuidadas e a prossecução dos princípios do serviço público.

87. Consideramos necessário pronunciar-nos sobre o órgão regulador da comunicação social, - actualmente a ERC - pela sua relação próxima com os *media*, públicos ou não. Consideramos que a regulação deve resultar, em primeiro lugar, da auto-regulação. Em caso de conflitos, a regulação deve ser realizada pelos tribunais. As tarefas administrativas e burocráticas atribuídas à ERC podem e devem ser transferidas para outras entidades do Estado com competências semelhantes.

88. Consideramos que o Estado deve tomar de imediato decisões de correcção do processo de criação da Televisão Digital Terrestre. O modelo escolhido atribuiu a um operador de uma plataforma de canais pagos a responsabilidade de distribuição dos canais de acesso livre. A TDT, embora permitindo aumentar a oferta de acesso livre, foi limitada aos quatro canais de difusão analógica terrestre já existentes. A TDT, deste modo, em vez de representar uma melhoria para as pessoas com menos recursos, nomeadamente os mais idosos, representa antes um custo, para muitos difícil de suportar, na compra de equipamento e serviços. Em vez de aumentar o contacto da população de menos recursos com o *media*, a TDT prevista poderá, bem ao contrário, provocar o isolamento dos portugueses incluídos nesses grupos sociais, o que constituiria um retrocesso civilizacional e uma grave ofensa aos direitos dos cidadãos aos *media* de acesso livre.

III.3. Destinatários do serviço público

89. Os destinatários do serviço público são a razão de ser do mesmo. É no interesse deles, no seu conjunto e nas suas partes, que os responsáveis pelo serviço público devem pensar. Como vimos, o primeiro destinatário dos conteúdos produzidos sob a tutela do Estado é a população de Portugal no seu conjunto.

90. Sabemos que a rádio e a televisão, pela profusão de canais e conteúdos, já não conseguem atrair audiências maioritárias excepto em casos raríssimos (nomeadamente transmissões de alguns jogos da Selecção Nacional de Futebol e outros envolvendo equipas de futebol nacionais). Os conteúdos já não são, e serão cada vez menos, vistos por audiências amplíssimas em termos percentuais da população. Esse tempo acabou.

Todavia, os conteúdos devem ser pensados como se pudessem ser recebidos por, e recolher o interesse de todos os portugueses, isto é, os conteúdos, mesmo que do interesse de audiências pequenas, devem poder ser aceites pelo maior número como de interesse público.

91. Tal não deve ser confundido com a submissão a critérios populistas e sensacionalistas. Pelo contrário. Realizar conteúdos com a máxima audiência visada significa submeter-se a critérios de rigor, de qualidade textual e audiovisual, de respeito pelos patamares da melhor produção nacional e internacional, pois é isso, e não menos, o que a audiência visada, a população portuguesa, merece.

92. Todavia, muitos conteúdos não podem nem devem aspirar à máxima audiência visada. Destinam-se a sectores minoritários, muito em especial as crianças e os adolescentes, mas também a sectores da população tendo em comum interesses desportivos, culturais ou outros. O serviço público deve, em princípio, procurar conteúdos visando públicos concretos, o que significa apenas atender às características desse público de forma a melhorar a sua condição pessoal e social, submetendo-se a critérios de rigor, de qualidade textual e audiovisual, de respeito pelos patamares da melhor produção nacional e internacional.

93. No caso da agência de notícias, cujos destinatários directos são os clientes, os conteúdos noticiosos devem seguir os mesmos princípios, pois os destinatários finais são, por regra, os mesmos dos conteúdos radiofónicos e televisivos.

III.4. Financiamento e cadeia de valores

94. O financiamento do serviço público de rádio e de televisão é um dos aspectos mais visíveis da política do Estado no sector, dado que é em geral considerado excessivo e de fracas contrapartidas quanto à qualidade dos conteúdos, nem aliás quanto às audiências.

95. O operador de serviço público tem por obrigação gerir bem os recursos que os cidadãos, através do Estado, e por obrigação legal, lhe colocam nas mãos, sem desperdícios, concentrando-se nos conteúdos prioritários e empenhando-se na máxima qualidade e rigor, evitando conteúdos sem interesse público, redundantes, e lógicas concorrenciais de “mínimo denominador comum” com os operadores privados.

96. Actualmente, são as seguintes as fontes de financiamento do sistema em análise:

A) Para o operador público de rádio e televisão:

- Transferências do Orçamento do Estado (“indemnizações compensatórias”)

- Dotações de capital
- Taxas (“contribuição audiovisual”)
- Publicidade
- Outras receitas

B) Para o operador da agência noticiosa Lusa:

- Transferências do Orçamento do Estado (“indenizações compensatórias”)
- Venda de serviços

97. As indenizações compensatórias e as dotações de capital são contribuições directas do Estado para as entidades em causa. A taxa de “contribuição audiovisual” é uma contribuição directa dos particulares e empresas cobrada a todos os subscritores do serviço de electricidade, independentemente de serem ou não consumidores do serviço de rádio ou televisão públicas. Uma vez que se encontra desligada da utilização do serviço para o qual deveria contribuir, esta taxa passou a assumir a natureza de um imposto indirecto que enferma de algumas peculiaridades, como sejam a da sua aplicação irregular nas Regiões Autónomas (aumentando o peso da contribuição dos continentais para canais a que não têm acesso), ou da sua aplicação a unidades de cobrança completamente independentes de qualquer utilizador (é o caso absurdo da cobrança da taxa de contribuição para o audiovisual a um curral com um contador de electricidade).

98. As receitas de publicidade da RTP, S.A. provêm fundamentalmente dos seis minutos por hora permitidos na RTP1.

99. A partir de 2012, os orçamentos da Rádio e Televisão de Portugal passarão a estar integrados no Orçamento de Estado, contribuindo deste modo para o défice dos Serviços e Fundos Autónomos.

100. O financiamento directo ou indirecto realizado pelos contribuintes para o financiamento da empresa de capitais públicos de rádio e de televisão nos últimos oito anos encontra-se no quadro abaixo. Para além dos subsídios, os aumentos de capital têm sido uma constante fonte de financiamento de défices correntes.

Unidade: milhões de euros

	Realizações Capital /Aumentos de Capital	Subsídios e Dotações	Total Financia mento Estado	Contribui ção para o Audiovisual	Total Financiamento dos contribuintes
2010	120,30	121,13	241,43	109,60	351,03
2009	62,40	119,77	182,17	117,90	300,07
2008	72,97	118,07	191,04	110,00	301,04
2007	59,00	126,55	185,55	114,40	299,95
2006	57,30	125,48	182,78	100,30	283,08
2005	82,80	122,13	204,93	79,70	284,63
2004	99,03	121,34	220,37	74,00	294,37
2003	69,63	99,54	169,17	67,00	236,17

101. Assim, e apenas tomando em atenção os últimos oito anos, o Estado injectou na empresa por via de indemnizações compensatórias ou aumentos de capital um valor actual da ordem dos 1 737 milhões de euros. Se acrescentarmos a este valor os valores pagos pelos cidadãos por via da taxa referida anteriormente, o total do financiamento directo ou indirecto não comercial (feito pelos portugueses) foi da ordem dos 2 583 milhões de euros.

102. No Orçamento do Estado para 2012 prevê-se um valor total de despesas da ordem dos 661,82 milhões de euros o que, apesar de ser já uma contribuição pesada dos contribuintes para o financiamento da empresa, é ainda insuficiente para a estrutura existente.

103. Tendo em conta o serviço público prestado em conteúdos e distribuição, parece-nos tratar-se de uma verba enorme, o que justifica as observações anteriores sobre aspectos de conteúdos e institucionais. Consideramos que medidas de remediação, mesmo que profundas, como algumas tomadas no período pós-2002, são actualmente insuficientes. Prestar um serviço público melhor e por menor custo obrigará a profunda remodelação do modelo institucional do operador público.

104. Consideramos imperativo o fim da publicidade comercial, em qualquer formato, incluindo a colocação de produtos (*product placement*) em canais de serviço público de televisão. Trata-se de uma medida de despoluição dos conteúdos e da comprovada tentação de produzir conteúdos sem ou de menor interesse público a fim de alcançar uma eventual subida de audiência nos intervalos publicitários.

105. Apesar do modelo de financiamento se poder realizar integralmente por via do Orçamento

do Estado ou por via de taxas de utilização (aproximando a utilização do serviço ao princípio do utilizador-pagador) recomendamos que o modelo de financiamento se faça através de um modelo misto. Enquanto o serviço público de comunicação social ao serviço da política externa e de defesa da cultura e da língua portuguesa se recomenda seja financiado integralmente por via do Orçamento do Estado, a restante actividade pode ser financiada através de taxas. No entanto, discordamos em absoluto do modo expedito utilizado para o tratamento da recolha da actual taxa de contribuição audiovisual por ser difuso o objecto de tarifação e o utilizador.

106. O modelo de financiamento a implementar deve garantir, não só o envolvimento do utilizador final do serviço através da aplicação de uma taxa concebida de acordo com o princípio do "utilizador/pagador", mas também o envolvimento de outros actores na cadeia de valor do audiovisual, para além de facilitar o desenvolvimento de actividades por parte do operador que, não colidindo com os princípios do serviço público aqui enunciados, lhe permitam gerar receitas adicionais, por exemplo através da venda de direitos ou conteúdos.

O envolvimento de outros intervenientes na cadeia de valor do serviço público deverá ser feito em linha com o processo de diversificação das fontes de financiamento da produção e criação audiovisual e cinematográfica em geral, nomeadamente através da aplicação de uma taxa aos diferentes operadores de infra-estruturas de transmissão e distribuição de conteúdos audiovisuais e multimédia presentes no mercado.

Finalmente e no que concerne ao financiamento das operações de produção técnica das entidades responsáveis pela manutenção e gestão do serviço público, deverá ser considerada uma muito mais intensa partilha de meios e infra-estruturas com os operadores privados que a todos permita rentabilizar meios e equipamentos em ordem à melhoria qualitativa e quantitativa da produção.

107. Por seu turno, o operador da agência noticiosa Lusa, tendo um orçamento da actividade de serviço público muito menor, obteve, em 2010, uma transferência sob a forma de indemnização compensatória no valor de 14,72 milhões de euros, para um total de custos com as obrigações de serviço público no valor de 16,87 milhões de euros.

Consideramos que o modelo de financiamento da Lusa pode respeitar o mesmo princípio misto, isto é, financiada em parte por transferências do orçamento que cubram as actividades relacionadas com a actividade de cobertura externa, e em parte por taxas e emolumentos em função da aplicação do princípio do utilizador-pagador.

III.5. Serviço internacional

108. Um serviço internacional público de comunicação social deve ter como função despertar e consolidar o interesse por Portugal e pelo universo da língua portuguesa no mundo. Nesse sentido, consideramos que é um instrumento da política externa, devendo depender a definição do contrato-programa e seu financiamento do Ministério dos Negócios Estrangeiros.

109. A identidade nacional portuguesa não pertence do Estado. Os operadores de audiovisual, de conteúdos culturais e noticiosos e de comunicação social privados, nacionais e internacionais, já divulgam o mundo português.

A audiência a que se dirige um serviço internacional são as comunidades de língua portuguesa, os nacionais expatriados e seus descendentes, os nacionais de países de língua portuguesa e suas diásporas e os que por razões pessoais e profissionais adquiriram a língua portuguesa. Um moderno serviço internacional de comunicação social apoiará as prioridades estratégicas nacionais, aprofundando a colaboração institucional, alcançando novas parcerias com relevância para a projecção da imagem de Portugal, favorecendo a aproximação da realidade nacional às comunidades de língua portuguesa.

110. Servindo o mundo da língua portuguesa, o serviço internacional serve comunidades em países onde as liberdades e o desenvolvimento são avançados e a imprensa é livre e forte; serve outras comunidades que a muito pouco têm acesso; e serve países onde a imprensa é uma liberdade em construção. O serviço internacional respeita as características do sistema político democrático, de livre expressão e demais garantias constitucionais.

111. O serviço internacional deve ser um instrumento importante da presença portuguesa no mundo, com uma oferta de valor na Internet, TV e rádio, plenamente aberto e interessado em promover fluxos de informação nos mais variados sentidos. Contactos, afinidades culturais e pessoais, empatia, concretizam-se pela qualidade, diversidade dos conteúdos de informação e entretenimento, produzido de forma a ser um factor essencial para a transmissão da língua, oportunidade de adquirir ou melhorar o seu domínio e, ainda, procurar colmatar falhas no mercado da oferta global que se enquadrem nos objectivos nacionais.

112. Para se configurar como operador estratégico, para articular os interesses políticos, e económicos, sociais, culturais, nacionais e internacionais, o operador do serviço internacional deve arquitectar uma nova abordagem que contemple a profunda modernização do actual modelo de negócio de radiodifusão e audiovisual, introduzindo também algum cosmopolitismo na mentalidade e moldes que governam a programação e todo o relacionamento com o utente/destinatário/espectador.

113. Considerando as valências actualmente asseguradas pela RTP e LUSA, o serviço internacional deve integrar e articular plataformas multisserviços sob uma única direcção institucional autónoma.

Deve ter prioridades claras, objectivas e mensuráveis, sempre em função dos recursos financeiros disponíveis, acomodando a separação interna dos serviços LUSA e RTP, e permitindo a cada uma a autonomia necessária para a melhor definição do respectivo modelo de negócio.

114. O serviço internacional deve desenvolver uma estratégia de emissões adequada ao mercado receptor, do ponto de vista dos meios, da programação horária, dos conteúdos e estabelecer a plataforma mais adequada aos objectivos pré-definidos para cada alvo prioritário. Deve empenhar-se numa política de alianças e parcerias, a nível externo e interno, para alcançar mercados (v.g. meios empresariais) e para promover conteúdos (v.g. meios académicos de relevo).

115. Tendo como horizonte estratégico o alargamento e consolidação da quota global da língua

portuguesa, a missão do serviço internacional deverá ser estruturada em torno das áreas da informação, da cultura, do desporto e do comércio.

116. O serviço noticioso e de actualidade deve conquistar a atenção e o respeito das audiências internacionais, ser um exemplo de imprensa livre, isento e profissional, fazendo do operador internacional português uma referência de confiança, relevância e interesse.

117. O serviço internacional deve veicular e favorecer uma política cultural moderna, promovendo externamente o prestígio nacional, a variedade de criação e uma ampliação do acesso à cultura; e ao desporto, e respectivas potencialidades como veículo essencial de manutenção de afinidades, quer das modalidades mais praticadas a nível nacional quer daquelas onde se projectam os demais países do universo da língua portuguesa.

118. O português está entre as línguas mais faladas no mundo. Uma plataforma multisserviços de alcance internacional terá como objectivo principal melhorar a atractividade da área do português e reduzir os custos que estão associados ao acesso sobretudo a empresas, empresários e investidores da mesma área linguística.

119. Um serviço global de qualidade exige investimento. Recomenda-se financiamento misto, público e comercial, para serviços informativos, nomeadamente publicidade, parcerias estratégicas, empresariais e políticas.

Os conteúdos destinados a promover os interesses externos do Estado devem ser diretamente financiado pelo Orçamento de Estado, sujeitos a contrato programa, com controle e verificação específica.

120. Os objectivos estratégicos do serviço internacional serão definidos pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros, que para o efeito criará uma funcionalidade adequada, que terá a incumbência principal de definição, coordenação, acompanhamento de execução do contrato-programa, incluindo a parte financeira, quer no montante alocado quer no controle das despesas.

IV. Recomendações

1. Em Portugal e em 2011, deve considerar-se como serviço público de comunicação social aquele e só aquele que cria e distribui à população conteúdos que contribuem para a formação das pessoas e para o seu enriquecimento cultural, impulsionados, estruturados e distribuídos sob supervisão pública e resultando de uma gestão racional e proporcionada dos recursos públicos.
2. O Estado português deve assegurar a prestação de um serviço público de comunicação social. O conceito de serviço público de comunicação social deve ser regularmente revisto para acompanhar as novas condições do mercado, da recepção, dos hábitos de consumo e das tecnologias.
3. O Estado tem obrigação, não só de intervir no mercado para regular as condições de concorrência, como de agir cuidadosamente, evitando perturbar de forma intrusiva as condições de funcionamento do mercado.
4. O empenho do Estado no serviço público deve centrar-se menos nas instituições encarregadas das tarefas de serviço público e mais no esforço para a diversificação e a potenciação do acesso e participação na totalidade das tecnologias de distribuição disponíveis, bem como no reforço efectivo do apoio à criação e produção de conteúdos que, cumprindo com os princípios do serviço público, promovam simultaneamente a participação e o envolvimento dos cidadãos com a totalidade dos meios disponíveis.
5. O Estado deve criar condições efectivas para que as novas plataformas digitais, nomeadamente as tecnologias e redes sociais, possam servir como instrumentos de promoção e reforço dos princípios de serviço público.
6. O Estado deve promover a abertura das actuais estruturas responsáveis pela prestação do serviço público ao mais vasto leque de actores sociais, nomeadamente através de uma reforma profunda dos mecanismos de gestão dessas mesmas entidades, o que poderá passar por diferentes modelos institucionais, em substituição do actual modelo de empresas públicas.
7. O Estado deve consagrar o serviço público como factor de dinamização da actividade cultural e de criação de mecanismos de apoio à participação do maior número possível de indivíduos e organizações nas dinâmicas de produção e criação inerentes à existência de um “serviço público”. Para tal, é essencial que o operador público se abstenha de produzir ele próprio parte substancial dos seus conteúdos e antes reforce processos de encomenda e promoção da actividade dos criadores nacionais.
8. Sendo os conteúdos a essência do serviço prestado aos cidadãos, toda a sua cadeia dimensional, dos agentes ao financiamento, visa prestar o melhor serviço público a quem contacta com esses conteúdos. O operador de serviço público existe para disponibilizar conteúdos; o financiamento público existe para que esses conteúdos sejam criados e

disponibilizados.

9. Todos e cada um dos conteúdos de interesse público devem concretizar os seguintes valores: a qualidade, a diversidade, a identidade cultural e a autonomia; inovação, risco, criatividade, capacidade de permitir à sociedade um diálogo e uma reflexão com relevância social, a autenticidade e a riqueza expressivas daquilo que se emite e a rejeição da trivialidade; a diversidade nos planos regional, político e cultural, reflectindo no seu trabalho realidades multiformes; a coesão nacional.

10. Defendemos o fim da publicidade comercial, em qualquer formato, incluindo a colocação de produtos (*product placement*) no ou nos canais de serviço público de televisão, tal como em qualquer outro serviço público de comunicação social.

11. O operador público não deve concorrer com a comunicação social privada no terreno desta última. Os conteúdos de interesse público, financiados pelos cidadãos, não podem ser concebidos e concretizados pelo mínimo denominador comum, nem para fazer concorrência no mesmo patamar dos restantes conteúdos. O operador público deve sim proporcionar a criação e a distribuição de conteúdos que não têm lugar, por regra ou de forma regular, nos outros canais.

12. Os conteúdos prioritários em língua portuguesa de serviço público são: a programação infanto-juvenil isenta de compromissos comerciais; a ficção histórica, criativa, de adaptação literária e de actualidade, porventura polémica; a divulgação da criatividade nacional, em todos os ramos da cultura popular e erudita, que não tem oportunidade noutros canais ou estações; a divulgação da criatividade artística, de modo a constituir um acompanhamento da actualidade e uma memória audiovisual nacional; reforço do documentário, numa linha de acção sistemática e de continuidade; cinema português e de língua portuguesa, igualmente numa acção sistemática e de continuidade, ocupando um papel de vanguarda no seu financiamento e divulgação; entretenimento criterioso, enriquecedor ou alternativo, como a difusão de desportos sem cobertura habitual noutros canais de sinal aberto; a divulgação científica.

13. O Estado deve manter em aberto a possibilidade de financiar conteúdos considerados de interesse público a produzir por operadores privados, desde que haja mecanismos de verificação dessa qualidade antes e durante a sua produção. Esta proposta baseia-se no princípio de que é preferível haver mais conteúdos de interesse público em operadores privados do que menos.

14. Face à intervenção ilegítima ou eticamente reprovável dos diferentes poderes na informação do rádio, TV e agência do Estado; face à incapacidade do modelo de controle pelo parlamento; e face ainda ao falhanço do actual modelo de regulação, o GT propõe que os conteúdos noticiosos do operador de serviço público de rádio e televisão sejam concentrados em noticiários curtos, sejam limitados ao essencial e recuperem o carácter verdadeiramente informativo, libertos da crescente dimensão subjectiva e opinativa no jornalismo (até para fazer diferença face aos operadores privados). Os serviços informativos do Estado devem limitar-se aos serviços indispensáveis ao equilíbrio da programação dos seus diferentes canais e à garantia da expressão das minorias presentes na sociedade.

15. Consideramos que as missões de serviço público a que o Estado está obrigado podem ser bem desempenhadas por um só canal de televisão em sinal aberto.

16. Num qualquer processo de privatização recomendamos que o Governo acautele os impactos no mercado da comunicação social cuja independência e pluralidade é um valor em si mesmo.

17. O Estado deve garantir o alargamento dos princípios de serviço público aos *media* interactivos e tecnologias sociais. Em linha com a diversificação de plataformas de acesso e consumo de conteúdos, deve o Estado garantir a prossecução dos princípios do serviço público em todos os meios de comunicação relevantes para a sociedade.

18. Consideramos que o Estado não deve alargar a presença do seu operador no mercado com canais de rádio e de TV em excesso e que não visam em primeiro lugar a criação e apresentação de conteúdos de interesse público. Nesse sentido, consideramos desproporcionada a existência de três canais de rádio nacionais do Estado, em pé de igualdade com o mesmo número de canais nacionais privados. Em qualquer caso, o Estado deve ser especialmente cuidadoso em alterações no mercado das rádios, atendendo às condições difíceis do mesmo.

Um dos canais nacionais de rádio deverá passar a direccionar preferencialmente a sua função no sentido de uma ampla divulgação da música e da língua portuguesas, promovendo um trabalho que leve às suas raízes, aos seus autores e intérpretes.

Outro dos canais nacionais de rádio deverá fazer ter como alvo principal a música e cultura eruditas, divulgando sistematicamente recitais e concertos de orquestras e músicos portugueses.

O serviço público da rádio deve ter um destacado papel pedagógico e cultural; o que não se limita à transmissão de música clássica gravada, antes envolve também palestras, debates, e ainda a transmissão, em directo, de grandes concertos no estrangeiro, estes no âmbito de um plano de reciprocidade que proporcione às orquestras portuguesas uma efectiva entrada nos mercados europeus.

19. Não vemos qualquer interesse público num canal como a RTP Memória, cuja programação apenas parcialmente apresenta conteúdos do passado da RTP. Seria mais útil a disponibilização dos conteúdos históricos da RTP através do seu site.

20. Quanto à RTP Informação, consideramos que os canais privados garantem amplamente serviços de informação suficientes, pelo que não se justifica a sua manutenção.

21. Quanto à RTP África e RTP Internacional, consideramos que o Estado deve concentrar o serviço internacional num único canal, com o objectivo de manter e desenvolver a presença externa do país projectando a língua portuguesa, exponenciando o que de melhor for produzido pelo operador público e também, como vem acontecendo, pelos operadores privados.

22. Sobre a RTP Açores e RTP Madeira, consideramos que a sua missão histórica está terminada. Dado que existe, também nas Regiões Autónomas, a tendência do poder político para tornar cativos os canais, recomendamos que se apliquem as mesmas recomendações atrás feitas quanto aos canais nacionais.

23. Recomendamos que o Estado estude as virtualidades de substituir o actual modelo institucional do operador público enquanto empresa de capitais públicos para o modelo de uma instituição sem fins lucrativos nem concorrenciais, promovendo um debate alargado sobre a melhor forma que, a médio prazo, deve ter uma entidade estatal encarregada do serviço público de comunicação social.

É imperativo reformular o modelo concorrencial que tem caracterizado a prestação do serviço público de comunicação social, abandonando uma métrica pautada por critérios de mercado na gestão e avaliação das actividades das referidas instituições.

24. No curto prazo, propomos que, para a boa gestão dos recursos, a instituição concessionária seja profundamente remodelada, de modo a garantir agilidade e colocá-la ao serviço da criação e produção de conteúdos nacionais de interesse público, evitando o desperdício e os abusos. As boas práticas devem passar pela eliminação de prebendas desadequadas ao perfil de uma instituição de serviço público.

25. Qualquer que seja o futuro modelo institucional dos operadores de serviço público, as regras do seu funcionamento devem ser claras; as contas devem ser auditadas anualmente pelo Tribunal de Contas, salvaguardando as boas práticas de gestão; as nomeações do pessoal dirigente devem seguir processos de total transparência; o recrutamento dos cargos, inclusive de topo, deve ser feito por concurso público; as remunerações e regalias públicas devem ser conhecidas e auditáveis.

26. A manutenção e disponibilização do Arquivo de Imagem Audiovisual da RTP, especialmente relevante para a história portuguesa do século XX, deve figurar entre as principais responsabilidades e obrigações do serviço público. A empresa deve envidar esforços para garantir a melhor solução de bens à sua guarda. O Estado deve garantir que o Arquivo, na sua dimensão histórica e patrimonial é salvo, preservado, tornado acessível e disponibilizado na Internet.

27. Quanto à agência LUSA, propomos a reformulação do seu modelo institucional, de modo a impedir a sua utilização ilegítima ou eticamente reprovável pelo poder político e também de forma a prevenir uma confusão entre missões jornalísticas e de política externa. Idealmente o controle da agência deveria ser assumido pelos seus accionistas privados, seguindo um modelo muito comum noutros países e sem prejuízo de o Estado manter um contrato de prestação de serviços públicos e respectiva participação financeira.

28. Tendo em conta a relação próxima do órgão regulador da comunicação social, ERC, com os *media*, públicos ou não, propomos que a regulação resulte, em primeiro lugar, da auto-regulação. A ERC deve ser extinta. Em caso de conflitos, a regulação deve ser realizada pelos tribunais. As tarefas administrativas e burocráticas igualmente atribuídas à ERC, bem como o seu considerável orçamento de funcionamento, podem e devem ser transferidas para outras entidades do Estado com competências semelhantes.

29. Consideramos que o Estado deve tomar de imediato decisões de correcção do processo de criação da Televisão Digital Terrestre, dado que o modelo escolhido não explora cabalmente o

potencial da plataforma nomeadamente em ordem ao cumprimento dos princípios do serviço público.

30. Um serviço internacional público de comunicação social deve ter como função despertar e consolidar o interesse por Portugal e pelo universo da língua portuguesa no mundo. Nesse sentido, consideramos que é um instrumento da política externa, devendo depender da definição de um contrato-programa e respectivo financiamento pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros.

O serviço internacional deve ser um instrumento importante da presença e da língua portuguesa no mundo, com uma oferta de valor na Internet, TV e rádio, plenamente aberto e interessado em promover fluxos de informação nos mais variados sentidos. A missão do serviço internacional deverá ser estruturada em torno das áreas da informação, da cultura, do desporto e do comércio. Recomenda-se que sejam estudados moldes para um financiamento misto, público e comercial, para serviços informativos, nomeadamente publicidade de empresas nacionais, parcerias estratégicas, empresariais e políticas.

31. Os objectivos estratégicos do serviço internacional serão definidos pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros, que para o efeito criará uma funcionalidade adequada, que terá a incumbência principal de definição, coordenação, acompanhamento de execução do contrato-programa, incluindo a parte financeira, quer no montante alocado quer no controle das despesas.

32. Os operadores de serviço público de rádio, televisão e agência noticiosa devem criar um Provedor da Língua Portuguesa, independente dos actualmente existentes e com poder de iniciativa, capaz de zelar pela qualidade e rigor do tratamento da língua falada e escrita.

33. O Estado deve promover o reforço das infra-estruturas de acesso e produção nomeadamente através da criação de parcerias com outros operadores no mercado por forma a garantir que mais sujeitos e organizações possam aceder a meios e conteúdos.

34. O serviço público deve ser sinónimo de acesso, envolvimento e participação. O serviço público deve ser alargado a todas as plataformas de acesso, uso e consumo de conteúdos e esse factor deve ser considerado no modelo de financiamento; a produção e criação de conteúdos deve preferencialmente recorrer a produção exterior e à partilha de meios com outros operadores para a produção própria para além de poder ainda ceder os seus próprios meios para produções de terceiros.

35. Os operadores de serviço público devem-se concentrar na gestão e apostar em maximizar as encomendas de toda a gama de conteúdos com especial destaque para aqueles que possam favorecer o surgimento de novas dinâmicas empresariais ou o reforço de sectores culturais relevantes mas fragilizados, como o da produção e criação artística e cinematográfica.

V. Declarações de voto

Declaração de voto de António Ribeiro Cristóvão

No actual quadro da radiodifusão portuguesa, a maioria dos elementos do Grupo de Trabalho, subscritores deste Relatório final, considera desproporcionada (nº61 e Recomendação nº18) “a existência três canais de rádio nacionais do Estado, tantos quantos os canais nacionais privados.”

Não podemos, no entanto, alhear-nos da seguinte realidade: a hipotética alienação de um desses canais, a concretizar-se, não deixará de introduzir no mercado publicitário um factor de grande perturbação como, de resto, ficou amplamente demonstrado ao longo das diversas audições que mantivemos com responsáveis do sector, com reflexos na sustentabilidade dos operadores privados que, no actual momento, se debatem já com dificuldades que podem, se agravadas, colocar em causa a sua viabilidade e conduzir à tomada de medidas que obriguem ao despedimento de um considerável número dos seus actuais colaboradores.

O que me parece mais consentâneo com a realidade actual é que, como se recomenda neste Relatório, os canais existentes do Estado sejam reformulados por forma a servirem os diversos públicos a que se destinam, sem terem como objectivo a concorrência directa que procuram fazer aos privados, e que parece constituir a sua primeira, permanente, e mais importante preocupação, sem atenderem ao serviço público a que estão obrigados.

Para além disto, subscrevo o restante conteúdo deste Relatório, aproveitando para enaltecer o espírito de entendimento que se manteve até final entre todos os elementos que não abandonaram a trincheira, e aceitaram prestar, durante quase três meses, este serviço *pro bono*, na convicção de que, mesmo sem a veleidade de recolher unanimidades, conseguiram cumprir o objectivo de prestar ao País o serviço que lhes foi pedido.

As críticas que algumas vezes nos foram dirigidas do exterior por “atiradores furtivos”, mas que nunca exerceram qualquer influência negativa no trabalho realizado, não nos impedem agora de sair de consciência tranquila e de cabeça levantada.