

**Televisão de Proximidade em Portugal:  
O Audiovisual Local e Regional na Era Digital**

**Jorge Manuel Pedro da Costa**

**Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação,  
especialização em Cinema e Televisão**

versão corrigida e melhorada após defesa pública

**maio, 2018**

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, especialização em Cinema e Televisão, realizada sob a orientação científica do professor doutor Francisco Rui Nunes Cádima.

*Aos meus pais e avós*

## **AGRADECIMENTOS**

À Palmira e à Verónica, pelo alento e estímulo incansáveis.

Ao Solomon, pela tradução apurada.

Ao José e à Sílvia, pelo apoio logístico e pelo companheirismo académico.

A Carlos Ramalho, José Manuel Barata-Feyo, Alberto Arons de Carvalho, Pedro Coelho, José-Manuel Nobre-Correia e Pedro Jorge Braumann pela colaboração interessada e pelas informações preciosas que forneceram.

Ao professor Francisco Rui Cádima, pela disponibilidade e paciência de sempre.

A todos os demais que, de algum modo, não deixaram este trabalho “morrer na praia”.

**TELEVISÃO DE PROXIMIDADE EM PORTUGAL:  
O AUDIOVISUAL LOCAL E REGIONAL NA ERA DIGITAL**

**PROXIMITY TELEVISION IN PORTUGAL:  
THE LOCAL AND REGIONAL AUDIOVISUAL IN THE DIGITAL AGE**

**JORGE MANUEL PEDRO DA COSTA**

**RESUMO**

Partindo de uma reflexão sobre a televisão de proximidade na Europa, analisam-se as experiências levadas a cabo em Portugal. Sem a dinâmica de outros mercados, tentam-se compreender as especificidades dos agentes públicos e privados, identificando os desafios do audiovisual local e regional. Das emissões clandestinas e desdobramentos regionais aos laboratórios académicos ou canais na Internet, estes tentam, ainda à margem do dividendo digital, colmatar esse défice na estrutura mediática nacional.

**ABSTRACT**

Starting with an examination of proximity television in Europe, this paper presents an analysis of the experiments carried out in Portugal. Without the dynamics of other markets, the purpose is to understand the specificities of public and private agents, identifying the challenges faced by local and regional audiovisual. From illegal broadcasts and regional variations to academic laboratories or online channels, they seek, albeit without the benefit of digital dividend, to close the gap in the national media structure.

**PALAVRAS-CHAVE:** televisão de proximidade, audiovisual local e regional

**KEYWORDS:** proximity television, local and regional audiovisual

## ÍNDICE

Introdução .....	1
Capítulo I: Televisão de proximidade no mundo	
I. 1. Modelos e experiências à escala global .....	4
I. 2. Comunidade audiovisual regional europeia .....	8
I. 3. Das locais às autonómicas, Espanha por inteiro .....	13
Capítulo II: Televisão de proximidade em Portugal	
II. 1. Contexto, mercado e enquadramento legal .....	20
II. 2. Missão social e serviço público (des)centralizado .....	23
II. 3. O país visto de perto: entre o éter, o cabo e a Internet.....	27
II. 4. Terceiro setor: das academias à sociedade civil .....	31
Capítulo III: Entrevistas	
III. 1. Recolha de dados .....	33
III. 2. Análise dos resultados .....	35
Conclusão .....	49
Bibliografia .....	55
Anexos	
Apêndice A: Entrevista a Carlos Ramalho .....	i
Apêndice B: Entrevista a José Manuel Barata-Feyo .....	xvi
Apêndice C: Entrevista a Alberto Arons de Carvalho .....	xxix
Apêndice D: Entrevista a Pedro Coelho.....	xliv
Apêndice E: Entrevista a Vítor Tomé.....	lviii
Apêndice F: Entrevista a José-Manuel Nobre-Correia .....	lxx
Apêndice G: Entrevista a Pedro Jorge Braumann .....	lxxxv

## LISTA DE ABREVIATURAS

AACS	Alta Autoridade para a Comunicação Social
ADSL	Assymmetric Digital Subscriber Line <i>(Linha de Subscrição Digital Assimétrica)</i>
ANACOM	Autoridade Nacional de Comunicações
APCT	Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação
APR	Associação Portuguesa de Radiodifusão
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland <i>(Associação de Emissoras de Radiodifusão de Direito Público da República Federal da Alemanha)</i>
BBC	British Broadcasting Corporation <i>(Corporação Britânica de Radiodifusão)</i>
CAV	Contribuição Audiovisual
CRTC	Canadian Radio-television and Telecommunication Commission <i>(Comissão Canadiana de Rádio-televisão e Telecomunicações)</i>
CSA	Conseil Supérieur de l'Audiovisuel <i>(Conselho Superior do Audiovisual)</i>
DVD	Digital Video Disc <i>(Disco Digital de Vídeo)</i>
ERC	Entidade Reguladora para a Comunicação Social
FCC	Federal Communications Commission <i>(Comissão Federal de Comunicações)</i>
HD	High Definition

*(Alta Definição)*

IPTV Internet Protocol Television

*(Televisão por Protocolo de Internet)*

ITV Independent Television

*(Televisão Independente)*

LVTV Localvisão TV

MUX Multiplex

OBERCOM Observatório da Comunicação

OFCOM Office of Communications

*(Escritório das Comunicações)*

ONU Organização das Nações Unidas

PEG Public, Educational and Governmental Access Channels

*(Canais de Acesso Público, Educativo e Governamental)*

PIB Produto Interno Bruto

PT Portugal Telecom

RAI Radiotelevisione Italiana

*(Radiotelevisão Italiana)*

RDP Radiodifusão Portuguesa

RTP Rádio e Televisão de Portugal

RTV Regiões TV

RTVC Ràdio Televisió Cardedeu

*(Rádio Televisão Cardedeu)*

RTVE Corporación de Radio y Televisión Española

*(Corporação de Rádio e Televisão Espanhola)*

SD Standard Definition

*(Definição Padrão)*

SIC	Sociedade Independente de Comunicação
TDT	Televisão Digital Terrestre
TEVEC	Télévision Éducative du Québec <i>(Televisão Educativa do Quebec)</i>
TF1	Télévision Française 1 <i>(Televisão Francesa 1)</i>
TVE	Televisión Española <i>(Televisão Espanhola)</i>
TVI	Televisão Independente
VHS	Video Home System <i>(Sistema Doméstico de Vídeo)</i>
VOD	Video on Demand <i>(Vídeo a Pedido)</i>
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization <i>(Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura)</i>
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen <i>(Segunda Televisão Alemã)</i>

“O sentimento de pertença a uma *comunidade* (de raiz territorial, social ou cultural) ou a várias em simultâneo, bem como a negociação de identidades que isso implica, são aspectos centrais da cidadania e alimentam-se, hoje, no campo mediático. (...) [Com a] recomposição de escalas (...) o espaço-tempo nacional perde peso simbólico, enquanto que o espaço-tempo local entra num processo de redimensionamento.”

(Carvalho, 2000)

## INTRODUÇÃO

Partindo de uma reflexão sobre as dimensões da televisão de proximidade a nível mundial, com enfoque nos casos europeu e espanhol, a presente investigação procurou analisar as experiências audiovisuais de âmbito local e regional em Portugal, tema e área ainda pouco explorados pela comunidade académica. Reconhecidas as diferenças em relação a mercados mais consolidados nesta matéria, tentou-se compreender quer as especificidades do sistema comunicacional português, quer as estratégias e modelos seguidos pelos agentes públicos e privados, bem como identificar os desafios e oportunidades de uma atividade económica que, apesar da legitimidade jurídica e da importância social, aparenta continuar refém da falta de neutralidade sectorial, regulatória e legislativa, não sendo clara prioridade política o acesso local ao espectro radioelétrico, nem o envolvimento cívico o expectável nestes espaços de reforço da identidade e do sentimento de pertença a uma comunidade.

Das emissões hertzianas clandestinas e dos desdobramentos do operador público aos laboratórios televisivos académicos ou à proliferação de canais de vídeo na Internet, cada vez mais mediados pelas redes sociais, terão as diferentes e descontínuas abordagens descentralizadoras, diluídas ao longo de quase meio século, e ainda à margem do prometido dividendo digital, conseguido colmatar o défice de maturidade e diversidade mediáticas do país e corresponder às necessidades, anseios e especificidades socioculturais das zonas e públicos menos representados na esfera audiovisual tradicional?

A problemática inicial desdobra-se numa série de questões, a partir das quais se constituiu o corpo de hipóteses. Ante a convergência entre televisão e Internet, e massificados os media sociais e os conteúdos gerados pelos internautas, qual o papel da televisão local e regional num país onde o audiovisual não se estruturou ainda por completo? Como a televisão de proximidade se tem vindo a afirmar em Portugal, e que condições existem para a sua efetiva implantação? Quais as especificidades desta, e em que converge ou diverge dos principais mercados europeus? Por outro lado, o que condiciona a democratização do sistema audiovisual e dificulta o estabelecimento formal de um subsector ainda muito disperso ao nível empresarial? Fatores endógenos (investimento tecnológico, viabilidade económica e enquadramento legal) ou exógenos (mercado publicitário, perspectiva política, mapa administrativo, grau de desenvolvimento socioeconómico) justificam o atraso? Que televisão de proximidade melhor se ajusta ao contexto português, às necessidades das populações e às especificidades das regiões, e com que características (estrutura e propriedade, modelo de financiamento e gestão, tipo de conteúdos e serviços, plataformas de difusão)? Dada a fraca sensibilização do público, outro elemento chave para a alavancagem da televisão de proximidade, como posicionar o tema na agenda nacional e envolver as comunidades no desenvolvimento da sua identidade audiovisual?

Ao nível do legislador, e tal como acontece noutros cenários internacionais, seria de esperar que um marco regulatório próprio beneficiasse as regiões periféricas e não apenas as insulares. Ao facilitar aos operadores locais e regionais a utilização do espectro radioelétrico, única plataforma de acesso universal e gratuito, e ao abrir portas ao terceiro setor – dos meios cívicos aos centros multimédia de acesso comunitário –, o quadro legal ajustar-se-ia aos interesses das comunidades (geográficas ou não), encorajando-as à produção colaborativa. Apenas regulados e publicamente financiados em alguns países da Europa, importa referir que os meios comunitários, complementares aos públicos e comerciais, foram pioneiros na promoção da literacia media e na participação cívica, favorecendo a coesão social, a diversidade cultural e o pluralismo mediático. Quanto ao operador público, e para lá de formatos dos congéneres europeus como os desdobramentos locais via delegações e centros de produção, é desejável um serviço público regional enquanto extensão do

nacional, em ligação com o meio associativo e académico, entre outros parceiros institucionais ou não governamentais.

Para além da revisão bibliográfica a partir dos principais pressupostos teóricos e do conhecimento produzido na área (livros, artigos científicos, relatórios técnicos e investigações académicas), na componente conceptual da investigação recorreu-se a informação disponível em publicações periódicas (jornais e revistas nacionais, imprensa local e regional) e em suportes eletrónicos (gravações radiofónicas e televisivas ou registos audiovisuais diversos). Acrescem os elementos disponibilizados nos sítios na Internet dos projetos de televisão de proximidade ou fornecidos pelas entidades reguladoras europeias e pelos observatórios internacionais. Já a componente empírica foi dominada pelo método qualitativo (observação sistemática, análise de conteúdo, entrevistas) na interpretação do material recompilado e dos resultados obtidos de modo a validar as hipóteses definidas.

Clarificado o conceito, o estudo começa por fazer o enquadramento histórico da televisão de proximidade, identificando as principais experiências levadas a cabo a nível mundial desde a segunda metade do século XX. Segue-se o audiovisual local e regional europeu, com as respetivas políticas e estratégias de descentralização. Quanto à televisão de proximidade em Espanha, é dado destaque à oferta descentralizada da televisão pública, às televisões autonómicas ou à produção comunitária, municipal e até federada das televisões locais. Dos desafios aos entraves, a história do audiovisual de proximidade em Portugal merece um tratamento mais detalhado, desde a evolução do marco regulatório à oferta informativa desdobrada do serviço público de televisão por via das delegações regionais e dos centros de produção, sem esquecer as estratégias e os modelos mais seguidos até agora, nomeadamente pelos canais com conteúdos locais e regionais por medida na Internet. Apresentados os resultados das entrevistas e a interpretação do material recolhido, a conclusão foca-se nos possíveis caminhos a seguir com vista à efetiva implementação do audiovisual de proximidade em Portugal, abordando-se a relação do novo espaço público com as plataformas digitais ou com o terceiro setor. Por fim, em anexo são disponibilizados os perfis dos entrevistados e as transcrições das entrevistas.

# I. TELEVISÃO DE PROXIMIDADE NO MUNDO

## I.1. Modelos e experiências à escala global

Elemento central na esfera pública mediática da última metade do século XX, a televisão é o meio que maior audiência conquistou até agora e aquele com que todas as formas de comunicação pública se tiveram de relacionar (Gripsrud, 2010: 3). Desde a década de 1950 que é também o principal catalizador para o diálogo social e político, tendo a convergência com outros meios moldado o modo de comunicar e o seu potencial enquanto agente promotor da mudança (Kellison, 2009: 18). Ainda que surgida numa época de concentração do poder e dos recursos económicos, possibilitou uma cultura cívica e a participação autónoma e informada dos cidadãos na vida social ou cultural (Gripsrud, 2010: 5-8). A larga oferta digital, em combinação com a Internet – que não reduziu o tempo dedicado à televisão –, permitiu desenvolver identidades de grupo e canais de comunicação entre cidadãos e autoridades, embora se reflita na fragmentação e atomização do público, sendo mais difícil construir uma opinião pública forte capaz de interferir nas decisões políticas (*idem*, 2010: 12-15).

Fruto de uma homogeneização cultural à margem da utópica aldeia global de McLuhan, Estados Unidos e Europa Ocidental continuam a dominar a economia televisiva mundial embora a construção social da televisão, os novos media ou as formas de ativismo tenham ajudado a reinventar o meio (Parks e Kumar, 2003: 4-8), também num âmbito local e regional – urbana/metropolitana, de bairro/vizinhança, participativa/colaborativa, livre/aberta. Mais centrada nos conteúdos e usos sociais que na geografia e escala das experiências audiovisuais (Spà *et al.*, 1999: 19), a televisão de proximidade procura espelhar e interpretar as circunstâncias de uma comunidade através da produção local. Existindo um pacto comunicacional entre emissor e recetor, e por via do debate, esta visa contribuir para a progressão do indivíduo, espaço público e território. Forma não de contestação ou exclusão, mas de resistência aos grandes media e aos efeitos da globalização (Coelho, 2005: 12-13).

Promovidas a nível internacional pelos setores público, privado ou civil, nas experiências participativas de produção de conteúdos audiovisuais a rádio, a televisão

ou a Internet são utilizadas em contextos educativos e de dinamização comunitária, com vista à integração social ou ao empoderamento cívico (Brites *et al*, 2015: 13-19). Dadas as limitações no espectro terrestre, inicialmente os governos foram relutantes em ceder espaço a estes canais comunitários ou de acesso público, assentes no voluntariado e na programação para nichos, e definidos pela origem geográfica da comunidade urbana ou pelo grupo étnico a que se destinam (Harding, 1997: 188-189).

Volvida a fase experimental, desenvolvimento e implantação da televisão são retomados em ambos os lados do Atlântico após a Segunda Guerra Mundial. Reproduzindo a estrutura em rede e o modelo da rádio comercial, nos Estados Unidos a distribuição hertziana começa por se fazer através de estações locais, afiliadas das cadeias nacionais que, ainda na década de 1950, se concentram nos centros urbanos das regiões orientais (Rodrigues *et al.*, 1982: 265-270). Ante as dificuldades de receção e a saturação das frequências terrestres, a distribuição por cabo remonta aos anos 40, alargando-se, já na década de 1970 (*idem*, 1982: 299-301), às áreas não cobertas pelos emissores (Kellison, 2009: 31). Igual situação dita a disseminação do cabo no Canadá e a integração de serviços locais nas antigas antenas comunitárias, que a CRTC obriga a providenciarem canais de acesso público. Tal como as estações universitárias norte-americanas, a programação local no cabo remonta aos anos de 1950, suplantando nas décadas seguintes a fornecida pelas cadeias<sup>1</sup>. Por via do *Public Broadcasting Act*, de 1967, quando a FCC já autorizava emissões experimentais com fins educativos, as redes são forçadas a produzirem conteúdos e a transmitirem os canais públicos locais.

O desenvolvimento do cinema direto na década de 1960 na província do Quebeque e nos Estados Unidos, ou do cinema-verdade enquanto realismo subjetivo, desembocou num documentarismo informal e intimista que procurava representar fielmente histórias ou pessoas reais em situações verídicas. Com o surgimento do vídeo, o equipamento de filmagem tornou-se mais portátil, barato e acessível a realizadores amadores. A câmara adota uma postura observacional e menos intrusiva ou encenada, providenciando grandes planos que, desprovidos de narração ou som

---

<sup>1</sup> Vd. WALDMAN, Steven (2011) *The Information Needs of Communities: the changing media landscape in a broadband age*. Washington DC: FCC. Disponível em [http://transition.fcc.gov/osp/inc-report/The Information Needs of Communities.pdf](http://transition.fcc.gov/osp/inc-report/The%20Information%20Needs%20of%20Communities.pdf).

artificial, conferem intensidade à experiência vivida na rua (Dancyger, 2003: 126). Liberdade estética ao serviço da educação e das preocupações sociais que na época reclamavam por mudanças políticas (*idem*, 2003: 339-340).

À luz dos movimentos de contracultura, surgem os coletivos pioneiros no uso não profissional do vídeo enquanto ferramenta documental e artística, focada na mudança social e na igualdade de acesso aos meios de produção e distribuição, como o Videofreex, que em 1972 lança a Lanesville TV, a primeira estação pirata americana. Transformada a câmara eletrónica num instrumento político e educativo, capaz de influenciar a agenda mediática e de mobilizar a população, videoativistas e produtores independentes exploram temas ambientais, sociais ou políticos, não cobertos pelos media tradicionais. O cabo continua a ser uma das principais plataformas na América do Norte e na Europa Ocidental, mas nos anos 90 surgem os videomagazines em cassete ou suporte informático (Harding, 1997: 3-4).

Com menor expressão noutros pontos do planeta, a televisão comunitária ou de acesso público é característica dos Estados Unidos e do Canadá – países com políticas regulatórias semelhantes –, distinguindo-se pelo grau de intervenção cívica. As primeiras experiências deste modelo participativo de televisão de proximidade, semelhante ao das de vizinhança ou de bairro, remontam aos finais de 1960, quando as afiliadas das cadeias dos Estados Unidos contavam já com conteúdos locais. Precursora das televisões comunitárias autónomas ou de caráter educativo, no Quebeque surgia a TEVEC, promovida entre 1967 e 1969 em Saguenay-Lac-St Jean, zona rural com baixos níveis de educação e altos níveis de desemprego. Ao consciencializar a população para os seus problemas e promover a participação cívica, o governo canadiano pretendia estimular o desenvolvimento daquela região da província francófona. A iniciativa contava com grupos de voluntários que, com a comunidade, trabalhavam as transmissões, difundidas em duas estações locais<sup>2</sup>. No início da década de 1970, depois de participar no programa *Challenge for Change/Société Nouvelle* do National Film Board of Canada no âmbito do qual, para

---

<sup>2</sup> In LALLEZ, Raimond (1972) *The TEVEC case: an experiment in adult education using the multi-media system*. Paris: UNESCO – United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organization. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000022/002241eo.pdf>.

diminuir a tensão da minoria francófona com a comunidade anglófona (Rodrigues *et al.*, 1982: 306-307), os cidadãos registavam em filme e vídeo os seus pontos de vista sobre os problemas das comunidades pobres de Montreal, o documentarista George Stoney, um dos pioneiros dos media participativos nos Estados Unidos e precursor do uso da televisão enquanto ferramenta de livre expressão coletiva e de afirmação da diversidade, cofunda o Centro de Meios Alternativos da Universidade de Nova Iorque, espaço onde os produtores independentes poderiam aceder, de forma gratuita, a recursos audiovisuais<sup>3</sup>. Um incentivo ao envolvimento crítico de cidadãos e grupos cívicos que, ao dinamizarem meios comunitários, se tornariam agentes de mudança social, pelo que esse reforço democrático, além de refletir as características de cada comunidade ou bairro, servia as necessidades locais e o interesse público<sup>4</sup>.

A programação local em pequenos operadores remonta aos anos de 1950, suplantando nas décadas seguintes a fornecida pelas cadeias. Por via do *Public Broadcasting Act*, de 1967, quando a FCC autorizava já emissões experimentais e de baixa potência com fins educativos, as redes são obrigadas a produzirem conteúdos e a emitirem os canais públicos locais. Pressionado o regulador, o *Cable Communications Act* de 1984 impõe aos operadores dos mercados maiores a difusão de programas adicionais (Rodrigues *et al.*, 1982: 303-305), o que implica capacidade de rede para os canais PEG, podendo as autoridades solicitar facilidades técnicas, formação ou financiamento através das franquias. Década em que se multiplicam estes canais, única fonte de proximidade em comunidades rurais ou dos subúrbios. Com o acesso público local no cabo a favorecer o envolvimento de minorias étnicas ou geográficas, desde os anos 70 que os centros de meios comunitários estão ao serviço de indivíduos ou organizações sem fins lucrativos, que ali podem produzir programas de âmbito comunitário, educativo ou municipal destinados a canais de acesso público, educativo e governamental. Por seu turno, Free Speech TV, Paper Tiger Television, Indymedia ou Deep Dish TV agregam os programas de ativistas sociais, fornecendo-os, via satélite, às afiliadas nacionais (Harding, 1997: 193-195).

---

<sup>3</sup> In OLSON, William (2000) *The History of Public Access Television*. Eau Claire: Chippewa Valley Community Television. Disponível em <http://billolsonvideo.com/history-public-access-TV.html>.

<sup>4</sup> In KELLNER, Douglas (s/d) *Public Access Television*. Los Angeles: Graduate School of Education & Information Studies, UCLA – Universidade da Califórnia em Los Angeles. Disponível em <http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/publicaccesstv.pdf>.

## I.2. Comunidade audiovisual regional europeia

Da América do Norte à Europa Ocidental, as televisões locais e regionais espalharam-se pelo velho continente, sendo causa e consequência de transformações no panorama audiovisual como o fim dos monopólios estatais ou a entrada dos operadores privados no setor (Mota, 2005: 116-117). Enquadrado numa lógica de descentralização e de desregulação da atividade à escala europeia, com modelos adaptados à diversidade cultural, linguística, política, demográfica ou geográfica de cada estado, e associado no final da década de 1980 às desconexões urbanas da France 3, o conceito de televisão de proximidade designa as experiências de emissão em pequena e média escala dirigidas à comunidade, e cujos conteúdos sobre o território de referência se refletem nos níveis de audiência (Spà *et al.*, 1999: 18-22). Contudo, mapeada a televisão local e regional no espaço comunitário, e dada a multiplicação de plataformas, uma tipologia centrada apenas na cobertura territorial (desconexão regional, descentralizada, de produção delegada, federada, autonómica, regional de cobertura suprarregional ou local de cobertura regional) ignora quer nomenclaturas como televisão urbana, metropolitana ou de bairro (*idem*, 1999: 22-25), quer o tipo de financiamento elegível (taxas, subvenções ou publicidade)<sup>5</sup>.

Da pulverização do cabo e da televisão digital à hiper-fragmentação na Internet, o audiovisual mudou radicalmente sem que as políticas europeias o acompanhassem (Faustino e Cádima, 2013: 17). Para além da globalização, o fenómeno foi incentivado pela União Europeia através da diretiva Televisão sem Fronteiras, com vista a harmonizar a regulamentação comunitária e a construir um espaço audiovisual comum. O desenvolvimento da televisão por cabo e por satélite favoreceu a multiplicação do número de canais, sobretudo privados, mas estes foram-se concentrando nos grandes grupos de comunicação, dispersando as audiências e exercendo pressão na programação dirigida a segmentos minoritários ou baseada em diferentes contextos culturais (Martins, 2006: 50-56).

---

<sup>5</sup> Veja-se o quadro proposto pelo CIRCOM, a Associação Europeia de Televisões Regionais, disponível em: <http://www.circom-regional.eu/regional-tv-models-in-eu>.

À escala europeia, as primeiras emissoras locais remontam ao final da década de 1960. As janelas regionais dos canais nacionais ou os terceiros canais regionais surgiram nos anos 70, enquanto que nas décadas de 1980 e 1990 os canais regionais privados foram chegando ao cabo e ao satélite. Segundo o Observatório Audiovisual Europeu – que em 2010 identificava seis mil canais locais e regionais num universo de dez mil existentes em 36 países –, ante um panorama tão vasto e heterogéneo, os principais desafios com que os media de proximidade se confrontam são a falta de viabilidade financeira, um contexto económico hostil, desenvolvimentos desfavoráveis nos modos de consumo e a ausência de um modelo que enquadre o subsector numa escala comunitária<sup>6</sup>. Quanto aos maiores e mais relevantes mercados audiovisuais europeus (Martins, 2006: 68), em 2010, das 1686 televisões de proximidade existentes nos cinco estados comunitários de referência, Espanha (731) e Itália (590) possuíam o maior número de canais locais e regionais, grande parte deles hertzianos, seguindo-se, com predominância no cabo, a Alemanha (215) e a França (145). Por fim, o Reino Unido (5) dispunha apenas de estações de âmbito regional<sup>7</sup>.

Já o desenvolvimento dos meios comunitários na Europa tem sido retraído pela falta de regulação e de apoio económico, enquanto que na Dinamarca ou na Holanda, onde são geridos por associações sem fins lucrativos, funcionam e são financiados enquanto extensões do serviço público<sup>8</sup>. De acordo com o Community Media Forum Europe, em 2012 existiam 521 televisões comunitárias, a maior parte em França e Reino Unido, mas também na Itália, Alemanha, Suécia ou Espanha. Primordial na inclusão social, na salvaguarda da diversidade cultural ou na defesa do pluralismo

---

<sup>6</sup> In CAPPELLO, Maja (ed.) (2016) *IRIS Special – Regional and local broadcasting in Europe*. Estrasburgo: Observatório Audiovisual Europeu. Disponível em: <http://rm.coe.int/regional-and-local-broadcasting-in-europe/1680789635>.

<sup>7</sup> In ANALYSIS MASON (2010) *Etude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d'une comparaison internationale*. Paris: Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles/CSA. Disponível em: [http://www.csa.fr/index.php/content/download/16463/308831/file/analysismason\\_rapportfinal\\_tvlocale.pdf](http://www.csa.fr/index.php/content/download/16463/308831/file/analysismason_rapportfinal_tvlocale.pdf)

<sup>8</sup> In MENDEL, Toby (2014) *Tuning into development: international comparative survey of community broadcasting regulation*. Paris: UNESCO. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002286/228628f.pdf>.

mediático, o terceiro setor apenas é regulado em 17 de 49 países, pelo que uma resolução do Parlamento Europeu recomenda aos estados membros o seu enquadramento legal, tal como o acesso ao espectro e a financiamento público<sup>9</sup>.

Em França, com a descentralização nacional e o lançamento das primeiras redes de cabo em novas urbanizações, entre 1972 e 1976 a *Vidéogazette*<sup>10</sup>, experiência pioneira de televisão participativa, permitiu que os habitantes do bairro de Vileneuve (Grenoble) retratassem o seu quotidiano através do canal reservado para a produção e animação locais. Herdeiras da utilização do vídeo como forma de expressão e de intervenção social (Rodrigues et al., 1982: 322-325), *télé libres* ou televisões associativas como as parisienses Télé Bocal e Zalea TV, meios cívicos independentes e alternativos assentes no voluntariado, seriam apenas legalizadas em 2000, passando a enquadrar-se no terceiro sector audiovisual. Desde a sua criação, em 1975, que o terceiro canal nacional da antiga ORTF – Office de Radiodiffusion Télévision Française, mais tarde France Régions 3 e FR3, está orientado para uma programação de proximidade, a cargo dos centros de produção, os quais, já na década de 1960, davam conta dos espaços informativos regionais. Os três desdobramentos diários e as restantes emissões de vizinhança do canal são assegurados por 24 antenas locais no seio de 13 direções regionais. Um modelo seguido também pela TF1, France 2 e M6. O centralismo político e económico terá condicionado a criação de televisões de proximidade, na sua maioria com baixos orçamentos. Autorizadas desde 1987 e presentes sobretudo nas grandes cidades, a primeira estação local privada foi a Télé Lyon Métropole. Com a TDT, o número de canais locais aumentou, mas permanecem as fragilidades dos modelos económico e editorial. Em 2012 a TDT continental integrava 45 emissoras locais terrestres, entre elas as televisões urbanas Télé-Toulouse ou 8 Mont-Blanc, enquanto que 97 emitiam só no cabo e no satélite.

Nos anos 50 surge no Reino Unido a ITV, televisão que agrega diversas sociedades distribuídas por 15 áreas geográficas. Em 2002, as licenças regionais do já privatizado Channel 3 pertenciam a três grupos (Martins, 2006: 71-73). Obrigada,

---

<sup>9</sup> Vd. *Community media – an overview*, disponível em: [http://cmfe.eu/wp-content/uploads/Overview\\_Communitymedia.pdf](http://cmfe.eu/wp-content/uploads/Overview_Communitymedia.pdf).

<sup>10</sup> Iniciativa recuperada através do projeto Vidéogazette.net (<http://www.videogazette.net>).

enquanto prestadora do serviço público, a efetuar ligações territoriais para cobrir os eventos próximos dos cidadãos, grande parte desta programação é assegurada pelos centros regionais e serviços específicos da BBC para a Escócia ou Irlanda do Norte, a que se soma a oferta das afiliadas da ITV e da galesa S4C – Sianel Pedwar Cymru. Com o *Broadcasting Act* de 1996 a facilitar o crescimento do audiovisual (*idem*, 2006: 72-77), e o sucesso da experiência na Ilha de Wight, o OFCOM atribuiu licenças a quatro dezenas de canais locais terrestres, entretanto encerrados ante os prejuízos e a falta de viabilidade. Apesar da discreta produção no cabo, também com pouca penetração no mercado britânico, estabeleceram-se redes de televisão de proximidade como a That's TV e a Made TV, havendo canais abertos dinamizados pelas comunidades.

A homogeneidade cultural de um país como a Alemanha contrasta com o grau de descentralização política e económica, o qual se reflete também na paisagem audiovisual, posto que cada estado federado tem o seu serviço público. A ARD, o consórcio descentralizado, agrega nove estações de televisão regionais e respetivas rádios, cuja produção alimenta o canal nacional Das Erste e as versões internacionais da Deutsche Welle. Com a congénere federal ZDF, criada em 1961, a ARD coloca no ar os canais 3sat, Tagesschau24, KiKA e Phoenix, enquanto que com a afiliada bávara produz a ARD-alpha. Período em que surgem também os terceiros canais regionais, para onde foram remetidas as desconexões territoriais da ARD, que têm vindo a aumentar e a abranger programação não só informativa. Nos anos oitenta, o cabo introduziu também os canais abertos, de acesso público, enquanto que na década de 1990 o éter se abria às televisões regionais e locais privadas.

Ante um enérgico mercado publicitário, alimentado pela ausência de um quadro jurídico adequado à televisão de proximidade, nas décadas de 1970 e 1980 a paisagem audiovisual italiana é marcada pela explosão anárquica de canais locais e regionais hertzianos, grande parte deles numa situação económica precária. Em 1972, a Telebiella (Piemonte) foi a primeira televisão livre a quebrar, ainda no cabo, o monopólio da RAI<sup>11</sup>, abrindo caminho a quase um milhar de estações. Dois anos depois, a Telemilanocavo começava a emitir na rede da Milano Due, do centro

---

<sup>11</sup> A RAI Tre, com os seus espaços informativos regionais, só seria criada em 1979.

residencial na comuna de Segrate. Em 1976, ano em que seriam legalizadas as emissões locais privadas, a antecessora do Canale 5 da Mediaset chegava ao éter, agora como Telemilano 58. Já no arranque da década de 2000, e munidas de emissores de fraca potência, seguiram-se as televisões de bairro como a TeleMonteOrlando<sup>12</sup> (Gaeta) ou a OrfeoTV (Bolonha), fundada pelo mediativista Franco Berardi<sup>13</sup>. Inspiradas nas televisões comunitárias de acesso público do norte e centro da Europa, estas microestações clandestinas emitem algumas horas por dia em áreas metropolitanas. Afrontando o império mediático de Silvio Berlusconi, começaram por retomar a batalha política pela efetiva liberalização do éter, depois de uma década sem a atribuição de novas licenças locais, até que em 2006 um anteprojeto de lei antecipava o enquadramento legal das *telestreet*.

---

<sup>12</sup> No documentário *Libertà* (<http://www.liberta-ilfilm.it>), de 2006, sobre as televisões de rua italianas, a dupla de produtores e realizadores Nina Mair e Robert Jahn dá destaque à TMO e a Antonio Ciano, um dos dinamizadores do canal fundado por ativistas da comuna de vinte mil habitantes, na região de Lácio.

<sup>13</sup> Vd. BERARDI, Franco; JACQUEMET, Marco; VITALI, Giancarlo (2003) *Telestreet: Macchina Immaginativa Non Omologata*. Milão: Baldini Castoldi Dalai.

### I.3. Das locais às autonómicas, Espanha por inteiro

Apesar das diferenças nos quadros legais ou na estrutura, dimensão e dinamismo do panorama audiovisual, dadas as semelhanças históricas, económicas e culturais, Espanha é o país mais ligado ao mercado português<sup>14</sup> (Martins, 2006: 68).

A descentralização televisiva deu os seus primeiros passos entre 1969 e 1976, com a abertura dos centros territoriais da RTVE. As delegações das comunidades autónomas de Bilbao, Santiago de Compostela, Sevilha e Valência juntam-se aos centros de produção já existentes em Barcelona (1959) e nas Canárias (1964), e a partir de 1974, feitas as necessárias modificações técnicas na rede, começam a ter emissão específica para a sua zona de cobertura (Cantos, 2003: 85).

Duas décadas depois, a oferta regular dos centros e unidades informativas, repartida pelos dois canais públicos, integrava uma hora diária de espaços de informação sobre a atualidade política, social e económica, um magazine semanal de trinta minutos com reportagem alargada e a transmissão de eventos culturais ou desportivos. No entanto, o Plano de Saneamento e Futuro da RTVE, apresentado em 2006 pelo governo para acabar com a dívida acumulada da televisão estatal, até então sem um modelo viável de financiamento (Díaz, 2006: 381-382), anunciava uma redução na duração dos desdobramentos na TVE 1 e o seu fim na TVE 2. Forma de travar os custos das emissões regionais – mais vistas nas comunidades sem televisão autonómica –, e de evitar redundâncias na cobertura territorial pública, por vezes simultaneamente nacional, regional e local<sup>15</sup>.

Impulsionadas pelo sucesso deste modelo e dos desdobramentos provinciais das televisões autonómicas, desde 1993 e 1998 que Antena 3 e Telecinco apostaram

---

<sup>14</sup> São disso exemplo os canais temáticos no cabo com emissão diferenciada ou simultânea e com áudio separado, e a M80, do Grupo Prisa, uma das rádios da Media Capital, proprietária da TVI.

<sup>15</sup> Atualmente, e de segunda a sexta-feira, a TVE 1 apresenta 17 espaços noticiosos de meia hora – do *L'Informatiu* (Catalunha) e do *Telecanarias* ao *Telexornal* (Galiza) e *Notícias Andalucía* –, a cargo dos 19 centros de produção e centros territoriais. Com desconexões desde 1994, a TVG coloca no ar cinco versões do *Información Local*. Já a televisão pública andaluza, que iniciou os desdobramentos em 1997, disponibiliza blocos informativos a oito províncias, em duas edições diárias do *Canal Sur Noticias*, cada qual com vinte minutos.

também nas desconexões e publicidade regionais. Enquanto que a primeira possuía um informativo diário de meia hora e um magazine semanal, emitidos em nove janelas, a segunda contava com a afiliada Atlas e com correspondências em oito comunidades. Com a TDT, os canais privados nacionais deixaram de ter desdobramentos territoriais, capilaridade agora exclusiva dos operadores públicos.

Fruto da reforma administrativa que deu lugar às comunidades autónomas, em 1983 a Lei do Terceiro Canal de Televisão delegava nelas a sua gestão. No entanto, só a partir de 1990, dois anos depois da aprovação da Lei da Televisão Privada, as emissoras privadas nacionais Antena 3, Telecinco e Canal+ conseguem romper o monopólio da TVE. Desejosas de recuperar a língua e a cultura amordaçadas pelo franquismo, as primeiras estações públicas regionais começam a emitir no País Basco (1983), Catalunha (1984) e Galiza (1986). Seguem-se a Andaluzia, Comunidade Valenciana e Madrid (1989), Canárias (1999), Castela-Mancha (2001), Astúrias (2003), Aragão e Ilhas Baleares (2005), bem como Extremadura e Múrcia (2006).

A aposta destas emissoras generalistas, quase sempre difundidas na língua local ou bilingues, recaiu na programação de proximidade, feita de informação com desdobramentos provinciais, ficção e entretenimento de produção própria ou delegada em produtoras regionais, desporto e programas de acordo não só com as especificidades, mas também com os bairrismos ou até exacerbações identitárias de cada comunidade. Nos finais dos anos de 1990, ainda que sem enquadramento legal, surgiram os segundos canais de algumas autonómicas e, com a aprovação da Lei de Televisão por Satélite, as versões internacionais (Cantos, 2003: 136-138), orientadas para os emigrantes espalhados pela Europa e América. Em 2005, o mercado espanhol ganha duas novas televisões nacionais – Cuatro (Mediaset) e La Sexta (Atresmedia) – e, já na TDT, junta-se-lhes a nova vaga de canais autónomos, a que crescem os regionais privados da Cantábria, Castela e Leão<sup>16</sup> (2009), Rioja e Navarra<sup>17</sup> (2012).

---

<sup>16</sup> Criada a partir de uma rede de televisões locais privadas, a Rádio Televisão de Castela e Leão possui dois canais. Enquanto que a grelha da CyLTV – Castilla y León TV é dedicada à programação regional, a La 8 especializou-se em informação local, realizando desconexões a partir dos centros de produção territorial nas capitais de província.

<sup>17</sup> Até então, a emissora pública catalã emitia também para a Comunidade Valenciana. Já a televisão basca chegava até Navarra e aos territórios franceses vizinhos onde se fala basco e catalão.

Maiores custos operacionais conduziram à demonstração de um desafogo económico insustentável e contrário ao papel social destas estações, o qual se traduziu no endividamento das televisões públicas, duplamente financiadas, e das privadas nacionais, envolvidas todas elas numa guerra pelos espetadores e pelas receitas publicitárias, cada vez mais fragmentadas. Em 1998, com orçamentos anuais entre os 12 e os 36 milhões de pesetas (Galiza e Catalunha), 650 a 1500 trabalhadores (Madrid e Catalunha) e audiências dos 16,2 aos 29,3 por cento de *share* (País Basco e Catalunha), as seis companhias então existentes (EITB – Euskal Irrati Telebista, CCRTV – Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, CRTVG – Compañía de Radio-Televisión de Galicia, RTVA – Radio y Televisión de Andalucía, RTVM – Radio Televisión Madrid e RTVV – Radio Televisión Valenciana, esta última encerrada em 2013) empregavam 5.500 pessoas e custavam aos governos autonómicos 118 milhões de pesetas, valor bem acima dos 36 milhões facturados em publicidade. No ano seguinte, a dívida acumulada chegava aos 82 mil milhões de pesetas. A fraca capacidade de autofinanciamento e a grande dependência do setor político (Martins, 2006: 84-90) seriam compensadas pelo impulso ao audiovisual regional e à produção independente<sup>18</sup>, e pelo aumento gradual do público<sup>19</sup>.

A derradeira alternativa à “televisão de Chamartín” aparece nos anos 70 em estações comunitárias do norte peninsular, desenvolvendo-se a sul um modelo empresarial baseado nas redes coaxiais (Cantos, 2003: 109-121). A primeira televisão local espanhola, a RTVC, surgia em 1981 em Cardedeu (Barcelona), antecedida dois anos antes pela localidade andaluza de Sanlúcar de Barrameda, que contava já com emissões experimentais. Em 1982 era criada em Santoña (Santander), a Radiotelevisión Galán, a primeira estação local privada do país. Numa época em que

---

<sup>18</sup> A Federação de Associações de Produtores Audiovisuais Espanhóis refere que em 2006 o setor facturou 1,8 milhões de euros e empregava 10 mil pessoas. As comunidades de Madrid e Catalunha concentravam os maiores valores, seguindo-se de longe a Galiza, Andaluzia, Comunidade Valenciana e País Basco. Situação facilitada pelos incentivos autonómicos à produção, distribuição e formação, mais relevantes na Catalunha, Andaluzia, País Basco e Galiza.

<sup>19</sup> Segundo a Sofres, em 1998 o *share* nacional das autonómicas era de 17,1 por cento, variando entre os 19,6 na Andaluzia e os 29,4 na Catalunha. Contudo, nove anos depois, em Abril de 2007, o valor caía para os 14,7 por cento, ao contrário da televisão local, a subir para os 3,4.

proliferavam os vídeos comunitários<sup>20</sup>, a consciência do distanciamento dos media do quotidiano das populações e a mobilização cívica para suprimir essa falta fizeram surgir pequenas emissoras no éter e no cabo, então pouco desenvolvido<sup>21</sup>. Se até meados da década de 80 grande parte das transmissões experimentais, feitas por aficionados, não visavam o lucro, procurando disponibilizar uma programação de carácter informativo, cultural e social – por vezes com o apoio das autarquias, que integrariam muitos dos projetos –, o crescimento do setor e a concorrência entre estações levaram a que a maioria assumisse um perfil mais comercial. Enquanto que as autonómicas depressa conquistam o enquadramento legal, contribuindo para o desenvolvimento do setor (Martins, 2006: 87), a indeterminação jurídica impede as locais de ganharem relevo económico e de apostarem em conteúdos relevantes, caindo o modelo baseado na participação cívica (Cantos, 2003: 192-201).

Porém, permanece o perfil heterogéneo, com emissão (ora ocasional e reduzida nas estações pequenas, ora regular e ampla nas de maior dimensão), âmbito de cobertura (local, supralocal, comarcal, inter-comarcal ou provincial), plataformas de difusão (hertziana analógica e digital ou cabo), propriedade (pública, privada ou mista), gestão (informal, profissional, empresarial, corporativa) ou financiamento (subsídios, publicidade institucional ou não, patrocínios e prestação de serviços) muito variáveis. Panorama diverso inconciliável com uma regulamentação avessa à autonomia do setor local (que esteve para ser remetido para o cabo) e concentrada em parâmetros técnicos como a alegada escassez de espectro, única forma de assegurar uma cobertura universal.

De maneira a reforçar a sua voz, ainda nos anos 80 muitas das televisões locais constituíram várias associações e federações, tendo em vista quer a regulação e o desenvolvimento do setor, quer a partilha e venda de conteúdos, a captação de recursos publicitários ou a compra de produções externas. Com a FORTA, as emissoras

---

<sup>20</sup> Estas redes surgiram no início da década na Andaluzia. Predecessoras das televisões locais comerciais no cabo, começaram por emitir os canais nacionais em condomínios ou bairros onde a receção era difícil, acrescentando à oferta as televisões privadas e estrangeiras.

<sup>21</sup> Sendo o setor, maioritariamente privado, regulado apenas em 1995 pela Lei das Telecomunicações por Cabo, esta normativa acabaria por prejudicar os pequenos operadores em favor das grandes redes, obrigadas apenas a distribuírem os canais locais quando solicitado.

regionais puderam aceder ao mercado internacional, apostando na coprodução e na negociação conjunta de contratos e serviços. Nove associações de televisões locais independentes de outras tantas comunidades, junto com a Local Media, criaram o G-9, forma de exigir ao Estado medidas como o reforço das frequências locais digitais ou o prolongamento do antecipado apagão analógico. A legalização do Terceiro Sector Audiovisual<sup>22</sup> foi outra das reivindicações em cima da mesa, culminando em 2010 na Lei Geral da Comunicação Audiovisual.

Alheia às pressões e interesses de públicos e privados, a Lei da Televisão Local por Ondas Terrestres era aprovada em 1995, limitando o número de operadores a um por município<sup>23</sup>. Sete anos depois, outra normativa impunha a difusão digital, retirando aos municípios com menos de 25 mil habitantes a possibilidade de emitirem, e limitando a detenção de capital ao máximo de uma estação por acionista. Ainda que condicionadas pelo emaranhado legal e pela dupla dependência da administração política – enquanto que o governo central concede as frequências, às autonomias cabe a atribuição de licenças –, novas emissoras continuaram a surgir.

Em 1998, de acordo com a Entidade de Gestão de Direitos dos Produtores Audiovisuais, Espanha contava com 1360 televisões locais, 400 delas hertzianas. Década em que no cabo se contabilizavam entre 2000 a 2500 vídeos comunitários. Já segundo o Censo de Televisões Locais da AIMC – Associação para a Investigação de Meios de Comunicação, em 2002 conheciam-se 897 estações (mais 156 do que em 1999), repartidas por 606 municípios. As comunidades com maior número de televisões locais eram a Andaluzia (283), Valência (122) e Catalunha (115), destacando-se as províncias de Barcelona (69), Alicante (55), Sevilha (53) e Málaga (52). Das comarcas com canais locais, 464 dispunham apenas de um, 82 contavam com dois, enquanto que as restantes 60 tinham três ou mais emissoras, violando a legislação.

---

<sup>22</sup> Do conjunto de serviços abrangidos por este modelo de comunicação, alternativo ao setor público e privado, e geridos pela sociedade civil, forma de garantir a independência e pluralidade e o acesso pleno das organizações sociais ao media, fazem parte as rádios livres, as televisões de bairro ou outros projetos de proximidade, alguns deles já integrados na Rede Estatal de Meios Comunitários (<http://medioscomunitarios.net>).

<sup>23</sup> Extensível a dois, caso a primeira concessão fosse de gestão municipal, e com revalidação a cada cinco anos, metade do tempo estabelecido para os operadores privados nacionais. A cobertura não poderia ultrapassar o principal núcleo urbano, excetuando as emissões autorizadas entre comarcas.

Grande parte eram privadas, emitindo por via hertziana, todos os dias da semana e entre uma a sete horas de produção própria. De acordo com a TNS-Sofres, as cerca de mil televisões locais que em 2005 chegavam a mais de 80 por cento da população espanhola representavam um mercado publicitário que, no ano anterior, segundo a Infoadex, era de 33,3 milhões de euros<sup>24</sup>.

A proximidade às realidades sociais imediatas permite oferecer uma programação de interesse cívico, mas trata-se de um setor frágil. Orçamentos baixos, estruturação precária, pouca rentabilidade e endividamento progressivo são alguns dos problemas das televisões locais. Razões para que o incremento da produção própria ou a profissionalização não sejam prioridades dos pequenos operadores privados, ou viável para muitos dos canais municipais e comunitários, o que facilitou a investida dos operadores nacionais.

Em 2005, no relançamento comercial da plataforma digital, o Plano Técnico Nacional da TDT antevia a adjudicação de 265 *mux*, cada qual com um canal municipal e três privados, num total de 1.064 emissoras (Martins, 2006: 63). Menos claro, o equivalente técnico para a televisão local, aprovado no ano anterior, não deixava antever como seria distribuída esta parcela do espectro. A migração forçada para o digital levou a uma corrida às licenças locais e autonómicas previstas, com vantagem para os grupos de comunicação regionais e nacionais, deixando muitos operadores de fora. Igualmente oportunos, mas com interesses diferentes dos do Estado, os grande *players* apostaram em força num setor quase todo estruturado em redes de emissoras com fórmulas baseadas na combinação de produção própria (mínimo legal de quatro horas diárias, em horário nobre) com programação comum.

Aos tradicionais conteúdos informativos (noticiários, reportagens, entrevistas e magazines) juntavam-se os filmes, séries, documentários, concursos, desporto, música e telenovelas. Ficção e entretenimento generalistas adquiridos a televisões, produtoras e distribuidoras para as estações detidas ou afiliadas, que difundiam parte ou a totalidade de um canal (Canal 47 TV, Flaix TV), uma sequência obrigatória em

---

<sup>24</sup> Dados de 2002 do Estudo Geral de Meios, promovido pela AIMC, indicavam que 58,4 por cento das pessoas viam televisão local. As preferidas, cada qual com mais de um milhão de espectadores, eram o Canal 7, de Madrid, a Barcelona Televisió, e o Canal 47 e a Giralda Televisión, ambos de Sevilha.

certos horários (Localia TV), ou conteúdos de difusão livre (Retelsat), distribuídos por satélite ou rede terrestre (Local Media, Popular TV, Telesierra).

Em 2002, apesar de proibidas as transmissões em cadeia simultâneas e superiores a um quarto do tempo, 232 estações locais integravam já uma rede. Se as últimas procuraram rentabilizar conteúdos, reforçar as receitas publicitárias ou maximizar a presença no mercado, preferindo televisões urbanas em zonas densamente povoadas, ainda que a maioria emita para núcleos com menos de cinco mil habitantes, já as emissoras adquiridas ou afiliadas beneficiam da imagem corporativa de um grupo, assegurando assim programas que permitiam competir com a restante oferta e contornar as dificuldades do setor.

Na primeira década do século XX, cinco operadores privados disputavam a liderança nas grandes cidades ou capitais de província: a Local Media Televisión, com 191 televisões; a Localia, da Prisa, com 97 emissoras; a Punto TV, da Vocento, com 50 estações; a Popular TV, da Conferência Episcopal Espanhola, com seis dezenas de televisões; e a Retelsat, com conteúdos vendidos a meia centena de canais. De âmbito regional, destacavam-se quatro empresas: o Grupo Canal 47 TV, com 43 emissoras (seis do Canal 47 e da La Tele Local, estes últimos retransmitidos por 26 e 11 estações); a Televisión de Castilla y León, rede de 18 televisões hertzianas e por cabo e de várias produtoras; o Canal 4 Castilla y León, com 12 emissoras e programação comum e local; e a Flaix TV, de Barcelona, reemitida por duas televisões. Em 2004 duas centenas de estações locais privadas, rádios e televisões municipais da Andaluzia e Múrcia juntaram-se a 60 operadores de cabo, dando origem à Próxima TV, rede mista inter-regional.

## II. TELEVISÃO DE PROXIMIDADE EM PORTUGAL

### II.1. Contexto, mercado e enquadramento legal

As profundas transformações na paisagem audiovisual europeia, onde a iniciativa municipal ou comunitária de regiões com fortes identidades propiciou a descentralização televisiva (Mota, 2005: 115-117), de que o setor público é o principal impulsionador (Coelho, 2005: 174), tardaram em refletir-se na legislação portuguesa (Traquina, 1997: 16-20). Protecionistas e elaboradas por diversas entidades governamentais, as normativas da era democrática para o audiovisual demonstram como a televisão continua a ser decisiva para o exercício e preservação do poder. E sendo os operadores grupos de pressão avessos a quadros legais muito restritivos, tal resultou num desregulamento descontrolado (Traquina, 1997: 24-51).

A evolução tecnológica, o crescimento da oferta e as dinâmicas económicas ou sociais não travaram quer as resistências políticas à televisão de proximidade, ignorando-se pareceres técnicos e recomendações de comissões ou grupos de trabalho, quer a inércia no lançamento de concursos para estações regionais e locais ou no incentivo aos canais não comerciais, educativos ou comunitários que, com o apoio da RTP e em resposta às falhas de mercado, deveriam estar nas mãos da sociedade civil<sup>25</sup>. Sinal da tardia e incompleta descentralização dos media em Portugal, a televisão de proximidade nunca foi prioritária nas estratégias de comunicação nem devidamente regulamentada (Mota, 2005: 134-136), circunstância justificada pela ausência de condições jurídicas, técnicas ou económicas como a exiguidade do mercado publicitário ou a escassez de frequências. Um pluralismo condicionado, de resto, pela falta de vontade política e pela inexistência de uma pressão social reivindicativa por parte das comunidades (Coelho, 2005: 192).

Sendo uma necessidade e um direito no quadro da cidadania e da liberdade de acesso aos media, o audiovisual local e regional permite à sociedade civil resistir à

---

<sup>25</sup> Vd. ALEXANDRINO, José de Melo (2008) *A Lei da Televisão*, p. 35 ss. Lisboa: Instituto de Ciências Jurídico-Políticas/Centro de Investigação em Direito Público – Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa. Retirado de <http://www.icjp.pt/sites/default/files/media/419-461.pdf>.

globalização ou aos interesses dos conglomerados mediáticos, não devendo a lógica económica restringir a liberdade de expressão e comunicação (Cádima, 2000). Tendo em conta que o desenvolvimento de uma região passa pela existência de um sistema comunicacional integrador que tire proveito das capacidades endógenas e da sua massa crítica, abrindo espaço à expressão da cidadania e da sociedade civil (Rebelo, 2011: 313-315), e dada a taxa de penetração do pequeno ecrã no tecido social português e a sua aceitação na comunidade, a televisão de proximidade é um dos pilares essenciais na refundação e dinamização dos espaços públicos locais e regionais (Coelho, 2005: 17). Lugares de transformação social, mediação e resistência para onde convergem interesses e valores comuns (Rebelo, 2011: 316), e que ao reforçarem a identidade coletiva se transformam numa montra das regiões, abrindo-as ao exterior (Coelho, 2005: 153-156).

Segundo a Constituição da República Portuguesa, a atividade televisiva carece de licença, a conferir por concurso público. A Lei n.º 75/79, de 29 de novembro, começou por referir que a radiotelevisão só pode ser objeto de propriedade do Estado, o que seria concretizado com a sua concessão à RTP, nacionalizada em 1976. A lei ditava ainda o encerramento das instalações onde fossem feitas transmissões ilegais, bem como a prisão e aplicação de multas aos responsáveis. Não abrangendo as emissões em circuito fechado ou distribuídas em condomínios, já a Lei 58/90, de 7 de setembro, refere que a cobertura de âmbito regional dependeria da disponibilidade do espectro radioelétrico, segundo um plano técnico de frequências, priorizando-se então o licenciamento de operadores nacionais privados, o que viria a acontecer em 1992 e 1993, com o lançamento da SIC e da TVI, respetivamente. Através da Lei n.º 31-A/1998, de 14 de julho, a RTP tinha luz verde para avançar com a descentralização informativa por via das delegações regionais. Havendo viabilidade técnica, o diploma, confirmado por despacho no ano seguinte, contemplava desdobramentos de até uma hora, bem como a transmissão pontual de eventos em recintos, remetendo para legislação posterior as condições a ter em conta nos canais regionais e locais, que entretanto poderiam vir a surgir no cabo. Quanto à divulgação de temas com interesse para regiões e comunidades locais específicas, a Lei n.º 32/2003, de 22 de agosto, ia

mais longe, ao contemplar a possível integração de canais deste tipo no serviço público de televisão, o que aconteceria com a RTP N.

A grande mudança dá-se com a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, a Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, que transpõe para o direito nacional a diretiva europeia dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual. Para além dos serviços televisivos, esta enquadra os de media similares, a pedido ou não lineares, sujeitos a tratamento editorial, embora excluindo as edições eletrónicas de jornais ou sítios na Internet. Quanto aos operadores de cabo, devem disponibilizar capacidade de rede para televisões regionais e locais, atendendo à oferta e às condições técnicas e de mercado, sendo obrigação destes canais disponibilizar conteúdos de proximidade e de interesse para o âmbito geográfico da audiência, bem como promover os valores das respetivas culturas. Aprovada em 2007 e revista pela última vez em 2014, a lei em causa estabelece que o acesso à atividade se faz por licenciamento, o qual depende da abertura de concurso público ou de autorização, consoante seja ou não utilizado o espectro hertziano<sup>26</sup>. Já o registo obrigatório<sup>27</sup> (para comprovar a situação jurídica ou a transparência da propriedade e dos meios de financiamento) aplica-se quando esta se faça em exclusivo através da Internet, sem retransmissão noutras redes. A lei define que os serviços de programas regionais (abrangendo um ou vários distritos contíguos ou uma área metropolitana) e locais (acessíveis a um ou vários municípios contíguos e eventuais áreas limítrofes), operados por sociedades comerciais, cooperativas (no caso de uma televisão local) ou associações e fundações (tratando-se de programas educativos, culturais e científicos sem fins lucrativos) com capital social mínimo de € 100.000 ou € 50.000, respetivamente (caso sejam distribuídos no cabo), e de € 500.000 ou € 100.000 (se o fizerem via TDT), tenham pelo menos seis horas diárias de emissão, podendo duas delas fazer-se em desdobramento.

---

<sup>26</sup> Segundo a portaria 1199/2007, para requerer o exercício da atividade de televisão são necessários documentos como um estudo económico e financeiro, um projeto técnico e o estatuto editorial.

<sup>27</sup> Em abril de 2018, a base de dados da ERC incluía dois operadores de televisão com serviços de programas difundidos no cabo (as proprietárias do Porto Canal e da Localvisão) e dois distribuídos na Internet (Fama TV – Famalicão e TDS – Televisão do Sul – Alentejo e Algarve). Os restantes 34 projetos identificáveis como *web tv's* de âmbito local/regional, mas confundíveis com televisões temáticas/generalistas, estão segmentados na categoria de publicações periódicas (é o caso da Centro TV, Leiria TV e Tomar TV).

## II.2. Missão social e serviço público (des)centralizado

Os primeiros sinais da RTP no sentido de reforçar a comunicação com as comunidades e de desenvolver estratégias de descentralização informativa surgiram com a abertura, em 1959, do Centro de Produção do Porto, responsável por parte da emissão matutina do primeiro canal, e dos centros regionais do Funchal (1972) e de Ponta Delgada (1975), encarregues de difundir programação própria para as ilhas<sup>28</sup> (Teves, 1998: 230). Já no continente, foi a vez de Faro (1985), Vila Real, Évora, Viseu e Coimbra (1988), e Bragança (1991) (*idem*, 2007: 181). As primeiras tentativas de desdobramento aconteceriam em 1973, com a divisão do *Telejornal* das 19:30 em duas edições – *Norte* (até ao limite sul do emissor da Lousã) e *Sul* –, orientando-se o das 21:30 para os acontecimentos nacionais e internacionais (*idem*, 2007: 112-151). Com a mesma estrutura editorial, o primeiro espaço de informação diária regional foi emitido em 1978, o *Telejornal Regional*, já com grandes níveis de audiência e apenas ultrapassado pela telenovela (*idem*, 1998: 257). No ar no primeiro canal às 19 horas, o *País, País* dava lugar aos fins-de-semana, às 18 horas, ao *País, País Magazine*, onde se desenvolviam alguns dos temas da semana. Ao abordar problemas de interesse local, o programa, produzido em coordenação com a redação do Porto, conquistou um elevado índice de audiência (*idem*, 1998: 283). A partir de 1981, o *País, País* passou a ser transmitido nos dois canais, e em 1983 foi rebatizado de *Teleregiões*, alternando entre os dois nomes. Em 1986, o grande diário das regiões regressava à antena, procurando maior abrangência, graças às intervenções dos centros de informação (*idem*, 2007: 141-175). Em 1991 estava no ar na RTP 2 o *Regiões Magazine*, um ano depois com a designação *Regiões Magazine – TV2 Regiões*. Mais tarde, em 1995, a informação regional diária regressava com o *Teleregiões* na RTP 1 e o espaço não diário *TV2 Regiões*. Em 1996, surge o *País Real*, noticiário regional a complementar o jornal das 13 horas.

---

<sup>28</sup> Com a criação e aprovação da orgânica dos centros regionais da RDP e da RTP em 1980 e 1981, respetivamente, nas regiões autónomas dos Açores e da Madeira, as antigas delegações insulares foram dotadas de autonomia financeira e de gestão, tendo poder para definir critérios de programação, informação e divulgação em matéria de interesse e âmbito regionais.

Autorizado o desdobramento das emissões do primeiro canal, em março de 1997, no 40º aniversário da estação pública, a RTP abandonava o modelo de produção centralizada, passando a contar a partir de abril desse ano com informação regional diária emitida localmente. O interesse pela atualidade de proximidade não se devia apenas ao desejo da estação em dar voz ao cidadão, mas também à fuga crescente de espectadores para a concorrência. Com esta aposta, a RTP cumpria um dos seus desígnios, seguindo com décadas de atraso o resto da Europa. Experiências de descentralização informativa de 12 a 13 minutos haviam sido já feitas antes das eleições autárquicas e nos debates antecessores do referendo sobre a regionalização. O aumento da cobertura do país e da quadrícula de espaços obrigaria a um considerável esforço financeiro tendo conta o necessário reforço de recursos materiais e humanos nas delegações (Bragança, Castelo Branco, Coimbra, Évora, Faro, Viana do Castelo, Vila Real e Viseu) e centros de produção (Lisboa, Porto, Funchal e Ponta Delgada). Estes ganharam autonomia, passando a produzir e a difundir para a sua zona pequenos blocos informativos onde se refletiam as preocupações e os temas de maior interesse das comunidades.

A emissão nacional do *País Regiões* antecedia a versão regional, cabendo à PT, proprietária da rede de emissores e retransmissores adquirida à RTP, a distribuição repartida do sinal. O *Regiões*, espaço local diário de quinze minutos, emitido antes do *Telejornal* de segunda a sexta-feira, primeiro às 19 horas (1997), e depois às 19:45 (1998), estreou-se com seis janelas regionais: Lisboa, Porto, Bragança, Coimbra, Évora e Faro (*idem*, 2007: 281). Mais tarde foi alargado para os 25 minutos (2000), arrancando a partir daí o *País, País* (nacional) às 19:15, seguido do *País Regiões* (local). A maioria dos conteúdos da primeira parte do programa eram uma seleção das notícias mais importantes emitidas na véspera na segunda parte. O aumento do tempo de emissão implicava a duplicação das três equipas de reportagem disponíveis em cada delegação e a disponibilização de equipamento adicional. Se por um lado era necessária alguma criatividade para preencher um alinhamento maior, por outro podiam-se abordar em profundidade temas de relevância para cada uma das regiões. O Centro Regional de Castelo Branco era inaugurado em 1999. A sétima unidade delegada da estação pública passaria a produzir um bloco noticioso próprio e a

trabalhar em simultâneo para a direção de informação da RTP<sup>29</sup>. Um dos extras deste *Regiões* foi a realização diária de uma revista de imprensa, onde os jornalistas ou diretores dos jornais dos dois distritos anunciavam os destaques informativos da semana. Para além das peças e reportagens sobre a atualidade e das entrevistas e debates em direto com convidados em estúdio, opções editoriais comuns aos blocos das restantes delegações regionais, nos alinhamentos destinados à Beira Interior havia espaço para trabalhos mais intemporais, como intervenções musicais.

Até ao seu desaparecimento, em Dezembro de 2002, o *Regiões* perdeu cinco minutos e mudou de novo de horário. Depois de anos a anteceder o *prime time*, a sua transmissão foi transferida para as 14 horas, logo após o *Jornal da Tarde*, o que para além de ditar a perda de protagonismo e de audiência do programa, dificultou o trabalho das equipas de produção, que assim tinham maior dificuldade em apresentar a atualidade no próprio dia. Extintas as desconexões territoriais, as delegações e centros da RTP passaram a contribuir apenas para as rubricas informativas da estação pública, em particular o *Portugal em Direto*, emitido para toda a rede nacional de segunda a sexta-feira entre as 18 e as 19 horas, e sucessor do antigo espaço de âmbito regional. Um noticiário de 50 minutos, realizado e coordenado pelo Centro de Produção de Lisboa, e que contempla intervenções em direto de todo o país, tentando dar uma dimensão nacional às regiões<sup>30</sup>. Nesse mesmo ano, a informação regional da RTP sofreu um abalo. Para otimizar meios e reduzir os custos operacionais da estação pública, na altura em situação de falência técnica e com perdas significativas de audiências, a administração congelou as entradas no quadro da empresa e a renovação de muitos contratos, o que acabou por esvaziar os centros regionais<sup>31</sup>. A

---

<sup>29</sup> Em 1998 a RTP iniciava o projeto de criação de uma delegação em Castelo Branco. A unidade iria abranger todo o distrito, alguns concelhos da Guarda, parte do Alto Alentejo e uma franja a norte do Douro, abarcando uma área de dez mil quilómetros quadrados. Assim que desanexada a emissão de Coimbra, o desdobramento para a Beira Interior estender-se-ia desde Freixo de Espada à Cinta e Vila Nova de Foz Côa a Castelo de Vide.

<sup>30</sup> Com um *rating* e um *share* de 4,4% e de 16,6%, respetivamente, entre junho de 2016 e junho de 2017 o programa teve uma média de 417 mil espetadores. Segundo os dados da GfK/Comissão de Análise dos Estudos de Mercados, este ocupa a quinta posição na RTP1 e a 17ª nos generalistas, sendo mais visto que os blocos informativos da hora de almoço de todas as televisões.

<sup>31</sup> Em aditamento aos contratos de concessão, entre 2004 e 2007 as indemnizações compensatórias destinadas aos custos com as delegações oscilavam entre 1,2 e 1,3 milhões de euros (mais IVA - Imposto

consequente extinção do formato gerou protestos por todo o país<sup>32</sup>. Em simultâneo, era posto em marcha o programa de reestruturação da RTP, anunciado em finais do ano anterior. Entre outros aspetos, este previa a racionalização dos centros regionais e a sua partilha com a RDP. Abandonados os desdobramentos no primeiro canal, anunciava-se a intenção de criar no cabo o Canal Regiões, uma estação dedicada à informação regional e que iria substituir a NTV, o que não chegou a acontecer, razão do regresso à RTP1 do antecessor da emissão local.

Não estabelecendo a Lei da Televisão parâmetros qualitativos e quantitativos quanto à descentralização informativa na RTP, são os contratos de concessão do serviço público celebrados com o Estado que consignam essa tarefa às delegações nacionais, devendo esta produzir e emitir programas de índole regional que correspondam aos costumes e interesses das populações (1996). Abrangido está um canal de informação centrado nas regiões e comunidades locais (2003), que à programação de proximidade produzida de norte a sul do país junte alguma da RTP Açores e RTP Madeira (2008). Os restantes canais da concessionária devem incluir conteúdos dos centros de produção, enquanto que o ponto anterior requer uma cobertura territorial adequada, se possível por via de janelas de programação (2015). Em 2002, no seu Estatuto Editorial, a RTP reconhecia a importância das emissões regionais no combate à secundarização dos espetadores não concentrados na faixa litoral. Contudo, um programa de entretenimento demonstra o claro incumprimento desse compromisso com a população sobretudo do interior, dado o formato continuar a inviabilizar a utilização do *prime time* da informação regional para a divulgação dos assuntos do país (Faustino e Cádima, 2013: 47), o que, no espaço que antecede o *Telejornal*, já acontecera pelo menos entre 1975 e 1997 (Sena, 2009: 127-147).

---

de Valor Acrescentado), sendo inferiores ao valor gasto com a RTP Madeira (7,3 a 7,9) e com a RTP Açores (9,5 a 10,2). Já entre 2008 e 2011, os proveitos públicos por via da contribuição audiovisual e das indemnizações compensatórias destinados às delegações variavam entre 4,3 e 4,6 milhões de euros + IVA, sendo inferiores aos relativos às estações regionais sedeadas no Funchal (8 a 8,5) e em Ponta Delgada (9,8 a 10,4).

<sup>32</sup> A suspensão dos desdobramentos por via da “racionalidade de gestão tecnológica e financeira” traduzira-se na quase inoperacionalidade das delegações, dada a redução de jornalistas e pessoal técnico. Em maio de 2003, e “por exigências técnicas imprevistas”, é retomada a cobertura indiferenciada por via do *RTP Regiões* (RTP1), com uma hora diária, e a partir de 2004 na programação da RTP N. Sobre esta matéria, veja-se a deliberação da ERC de junho de 2003.

### II.3. O país visto de perto: entre o éter, o cabo e a Internet

Meio século de televisão com uma proximidade reduzida face à experiência da cidadania traduz um grave défice democrático do sistema de comunicação social (Cádima, 2009: 99). Sinal disso são as primeiras experiências amadoras levadas a cabo em Portugal nas décadas de 1970 e 1980, perseguidas e silenciadas pelos serviços fiscalizadores do Estado (Coelho, 2005: 170-171). Com meios rudimentares, mas grande impacto na comunidade, de norte a sul do país estações clandestinas invadiram o éter e o sinal da RTP, propondo conteúdos ilegais, mais em linha com os gostos da população, e retransmitindo até a TVE. Entre as piratas que apostaram antes em produção própria e numa abordagem socialmente mais responsável incluem-se a TRL – Televisão Regional de Loures e a TVA – Televisão de Abrantes (1986), bem como a TRP – Televisão Regional Portuguesa (Lisboa, 1995) (*idem*, 2005: 192-195), esta última impulsionadora do Movimento para a Legalização das Televisões Regionais.

A expectativa ressurgiu em 1998 com o referendo à regionalização, mas o chumbo da proposta de descentralização administrativa ditou o desânimo das iniciativas cívicas e dos projetos anunciados (Mota, 2005: 120-122). Para trás ficaram a primeira emissora regional previamente licenciada (projeto Mangualde 2000, 1997), a primeira estação de cariz municipal aprovada no cabo (Canal Évora, 1999) ou as microestações destinadas a condomínios (Coelho, 2005: 196-198). Mais recentemente, com a subserviência do Estado a interesses privados, a indiferença dos operadores e a ineficácia dos reguladores a ditarem o insucesso da implantação da TDT em Portugal, as televisões locais e regionais continuam (ainda que já não legalmente) impedidas de aceder à plataforma, não beneficiando as populações mais isoladas do continente do dividendo digital. A exceção está nas regiões autónomas, cuja insularidade é esbatida pela RTP Açores e RTP Madeira, únicos canais regionais hertzianos existentes no país.

Já no cabo, a grande segmentação da oferta e a abertura da lei permitiriam a criação de canais temáticos portugueses, negócio em que a SIC e a RTP decidiram entrar participando no CNL – Canal de Notícias de Lisboa (1999) e na NTV (2001), respetivamente, em sociedade com a PT Multimedia/TV Cabo. Tratando-se de apostas comerciais, depressa a pretensa vocação regional dos canais temáticos de informação

das duas áreas metropolitanas foi aglutinada pela mudança de perfil, titularidade e nome. Dois anos depois de serem criados, e já com um âmbito nacional, enquanto que o primeiro deu lugar à SIC Notícias, o segundo transformou-se na RTP N, RTP Informação e RTP 3. Em 2006, com a entrada em cena do Porto Canal e da Invicta TV, concorrentes também nas plataformas, surgem as primeiras televisões de efetivo pendor regional, se bem que generalistas. Com uma perspetiva nortenha, o canal do Futebol Clube do Porto divide-se entre a informação, o desporto e o entretenimento. Por seu turno, a televisão com que a TVTel, adquirida pela Zon TV Cabo, pretendia dar voz ao norte foi rebatizada de RNTV – Região Norte TV e Regiões TV, apresentando-se agora como RTV, “a televisão do agronegócio”.

Criada em 2007 com o objetivo de se tornar uma televisão de vizinhança com 308 canais locais, tantos quanto os concelhos de Portugal, e incubada na Internet, a Localvisão TV começou por dar atenção aos territórios e públicos periféricos e a temas habitualmente ausentes das televisões nacionais por via de um portal onde o internauta era direcionado para os conteúdos da zona pretendida. Garantida a capacidade técnica, a estreia da LTVTV nas redes de cabo deu-se em 2013, onde hoje assegura 18 horas diárias de emissão. Televisões mais pequenas exploram formas indiretas de chegar a estas plataformas. Antes de serem adquiridas pela TV Cabo, e dando azo ao que a lei já permitia, operadoras da zona centro dispunham de um canal onde a emissão, repartida em franjas horárias, era assegurada por várias *web tv's* e por um jornal da região. Tratou-se do Canal 6, produzido pela Pluricanal Leiria e Pluricanal Santarém até à aquisição destas, em 2008, pela Zon Multimedia. Montra de serviços daquelas empresas, a estação de divulgação regional emitia conteúdos da Oeste TV, TV Tejo, TV Ciência, TV4, TV Fátima e Torres TV. A rentabilização de certas franjas horárias das televisões regionais no cabo, com espaços dedicados à astrologia ou às confissões religiosas, também se tornou comum. A Regiões TV cedia a antena a uma *web tv*, e a Localvisão à Sol e Toiros TV ou à TV Enfermagem.

Acelerada pelo digital, a convergência tecnológica entre televisão e Internet permitiu o surgimento de *web tv's* de âmbito regional e local, evidenciando o interesse pela informação de proximidade (Veríssimo, 2012: 37). Um novo ciclo para a descentralização audiovisual, por via de novos media participativos e colaborativos que, contudo, precisam de se constituir como projetos jornalísticos comprometidos

com a comunidade (Cádima, 2009: 99-108). Tratam-se de meios generalistas diversificados, cujo intuito é o de dar voz e visibilidade às regiões e localidades, e que se apresentam como uma alternativa aos media tradicionais (Fernandes, 2008: 9). Televisões que irromperam graças à transmissão de vídeo em tempo real permitida pela banda larga, destacando-se pela fragmentação temática e por se dirigirem a públicos específicos (*idem*, 2008: 33-39).

Em 2005 arrancava a TV Net, o primeiro canal de televisão português com emissão exclusiva na Internet, seguindo-se ao longo de 2006 projetos como a Famalicão TV, a primeira *web tv* regional. Dois anos depois eram já mais de uma centena os canais que, apesar de não enquadrados no exercício de atividade televisiva, adotavam uma designação geográfica junto com o acrónimo TV (Cádima, 2009: 102-3), replicando ainda a linguagem audiovisual e a estrutura editorial dos meios em que se baseiam. Pulverização que se reflete na qualidade dos conteúdos, escassamente atualizados, e na pouca interação com os internautas (*idem*, 2009: 108). Contudo, estas televisões empresarias, institucionais ou informais, com uma débil estrutura organizacional (Fernandes, 2008: 76-77) e uma clara falta de recursos humanos, podem ganhar a confiança dos anunciantes e a preferência dos espetadores caso as empresas que as detêm se profissionalizem e criem grupos ou sinergias entre plataformas e projetos jornalísticos (Ribeiro, 2007: 101). Circunstâncias favoráveis ao desenvolvimento da televisão de proximidade, mas que não chegam para que esta cumpra a sua função social (Veríssimo, 2012: 89-91), passível de ser condicionada, tal como a liberdade editorial, pela dependência dos agentes políticos e económicos.

Massificadas as ferramentas multimédia e o acesso à banda larga, e com a Internet a revolucionar os hábitos de produção e consumo televisivos, na segunda metade da década de 2000 o audiovisual português, ainda limitado à sua componente nacional, ganhava um impulso na rede com os novos formatos e conteúdos destes projetos de emissão exclusiva na Internet, onde se procura divulgar e promover um concelho, distrito ou região quase sempre pouco representados no audiovisual tradicional. Com a explosão de norte a sul deste tipo de canais (fenómeno com paralelo na proliferação de rádios pirata, nos anos 80), na sua maioria de âmbito local, a omnipresença do grande ecrã começava a ser posta em causa, sobretudo junto dos nativos digitais e da restante população já acostumada às novas tecnologias. Enquanto

que os canais tradicionais, do hertziano ao cabo, adotavam linguagens mais próximas do multimédia, transpunham para a rede parte da oferta ou criavam conteúdos e serviços adicionais, estes novos media, valendo-se da proximidade e da interatividade proporcionada pela plataforma, procuravam uma identidade própria por via dos mesmos formatos e géneros.

No auge do lançamento de *web tv's* em todo o país, apostassem elas na divulgação de entidades públicas, ou fossem criadas por produtoras que queriam rentabilizar conteúdos próprios e oferecer serviços adicionais, ou ainda por jornais, rádios e grupos de comunicação regionais interessados em estender a produção informativa e completar o leque de meios ao seu dispor, todas elas se concentravam no potencial de uma franja de mercado ainda inexplorada. Dada a apetência do público português pela informação de proximidade, em grande medida os promotores das *web tv's* generalistas raramente descartavam a produção de conteúdos noticiosos, beneficiando da ainda quase nula oferta audiovisual a nível local e regional. Por consequência, valorizavam também a ligação às comunidades. Contudo, na prática, e tal como já acontecera na imprensa e rádios locais, também as televisões na Internet acabaram demonstrar dificuldades em cumprir tal desígnio ou em efetivar a participação cívica nos espaços destinados ao debate público.

## II.4. Terceiro setor: das academias à sociedade civil

Em 1964, por iniciativa governamental, arrancava na Radiotelevisão Portuguesa a TV Escolar e Educativa, popularizada como Telescola, e que dava um uso pedagógico ao novo meio audiovisual (Teves, 1998: 136), sucedendo-lhe posteriormente, nesse mesmo contexto, experiências como o Ciclo Preparatório TV (*idem*, 1998: 200). Mais recentemente, e tal como a Academia RTP tem vindo a formar jovens em diversas áreas da produção, colaborando com instituições de ensino superior, cada vez mais estas dispõem de meios e infraestruturas – circunstância em se incluem também de forma crescente as escolas profissionais e secundárias de norte a sul do país – que funcionam como laboratórios de jornalismo e comunicação audiovisual, permitindo-lhes conceber todo o tipo de material multimédia.

Em 2004, ao reestruturar a sua grelha, a televisão pública desafiou universidades e politécnicos a criarem um programa semanal de 25 minutos destinado ao novo espaço no âmbito da relação da agora 2: com a sociedade civil. Estava assim criada uma pretensa montra da produção profissional da responsabilidade de alunos e professores, aberta quer à experimentação e a formatos alternativos, quer à divulgação da própria comunidade em que as instituições de ensino superior estão inseridas. Tal como as televisões académicas que desde então foram surgindo – dos politécnicos do Porto (IPP TV), Coimbra (ESEC-TV) e Viseu (Politécnico TV) às universidades da Beira Interior (TUBI) e Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD TV) – e alargando-se à Internet, estes projetos complementares aos cursos de comunicação permitem explorar capacidades organizativas e competências técnicas, fazendo uso dos centros de recursos audiovisuais de entidades por vezes interessadas em terem também um papel ativo, e até central, nos futuros canais de proximidade.

A Televisão Universitária da Escola Superior de Educação de Coimbra produz a *ESEC-TV*, magazine cultural regional onde, por via da entrevista e da reportagem, se tratam temas relacionados com a escola e a cidade, enquanto que a Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa leva a cabo o magazine *E2*. Com longa tradição nos conteúdos de ensino a distância na RTP 2, a Universidade Aberta

disponibiliza o *Magazine UAb*, dando a conhecer personalidades das artes e letras ou das ciências e tecnologias. Já fora da antena, o *3810 UA*, da Universidade de Aveiro, contemplou uma versão diferente para a RTP Internacional e RTP África. Com emissões regulares desde 1999, a primeira televisão universitária portuguesa começou por ser transmitida em circuito interno na Universidade da Beira Interior, assumindo-se desde logo como uma incubadora – dos pressupostos aos conteúdos – daquilo que poderia vir a ser feito na zona centro aquando o surgimento dos canais regionais. Havendo já enquadramento legal<sup>33</sup>, em 2000 a UBI pretendia realizar uma emissão experimental da TUBI – Televisão Universitária da Beira Interior através da Cabovisão, o que, apesar do interesse da operadora, não se concretizou, dado faltar o aval da tutela.

---

<sup>33</sup> Segundo o Decreto-Lei n.º 241/97, os operadores de cabo podiam distribuir emissões próprias, tendo de reservar até três canais da sua rede para a difusão de estações regionais ou locais legais, informação autárquica, experimentação de produtos ou serviços e atividades educativas ou culturais.

### III. ENTREVISTAS

#### III.1. Recolha de dados

Sendo a componente empírica do presente estudo dominada apenas pelo método qualitativo já que não foi possível a realização em tempo útil de um inquérito misto (*online* e presencial), neste capítulo é apresentada a interpretação do material recompilado no terreno de modo a verificar e a validar as hipóteses previamente definidas. Foi então realizada uma série de entrevistas a diversos agentes económicos ou políticos e a especialistas em estudos televisivos, para que melhor se entenda a perspetiva das partes interessadas e dos intervenientes no mercado audiovisual português acerca do panorama local e regional. Confirmadas e clarificadas as suas ideias principais, em alguns casos tratou-se também de atualizar os argumentos já defendidos por estes em artigos científicos ou em trabalhos académicos anteriores.

Entre outros, o painel incluiu profissionais ligados à produção e à distribuição de conteúdos, bem como membros ou responsáveis de algumas das entidades promotoras dos projetos televisivos de proximidade pioneiros no país ou mais representativos: Carlos Ramalho (diretor-geral e diretor de informação e programação da Localvisão TV), José Manuel Barata-Feyo (jornalista e ex-coordenador do Centro de Emissão Regional de Castelo Branco da RTP), Alberto Arons de Carvalho (antigo vice-presidente do Conselho Regulador da ERC e ex-secretário de Estado da Comunicação Social), Pedro Coelho (jornalista da SIC e docente da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa), Vítor Tomé (jornalista, docente da Universidade Autónoma de Lisboa e investigador do Centro de Investigação em Artes e Comunicação – Universidade do Algarve), José-Manuel Nobre-Correia (mediólogo e professor emérito da Universidade Livre de Bruxelas) e Pedro Jorge Braumann (docente da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa e diretor do secretariado técnico do Conselho Geral Independente da RTP).

A ausência de resposta de alguns dos interlocutores contactados e a indisponibilidade de outros em participarem, dado já não estarem envolvidos nos projetos sobre os quais foram solicitados a prestar informação, impediu a inclusão de

dados adicionais e de pontos de vista complementares, nomeadamente sobre as *web tv's* e outros canais presentes no cabo, impossibilitando uma caracterização mais detalhada destes projetos. As entrevistas, não estruturadas mas com questões transversais, serviram ainda para obter indicadores minimamente precisos acerca do impacto atual da televisão de proximidade junto da população, bem como para aferir quer o envolvimento e interesse pela televisão local e regional, quer a utilidade e relevância desta oferta para públicos que possam ser condicionados pelo número de canais disponíveis na respetiva zona de residência, pelas plataformas utilizadas pelos operadores audiovisuais de proximidade ou pelas competências digitais, recursos financeiros ou tecnologia requeridos para aceder a este tipo de conteúdos.

As sete entrevistas de profundidade foram realizadas entre fevereiro de 2017 e janeiro de 2018 em diversos locais de Castelo Branco, Fundão e Lisboa<sup>34</sup>. Nestas conversas exploratórias abordaram-se áreas chave e problemáticas específicas como o conceito de proximidade, a função e a relevância social das televisões deste tipo, o enquadramento legal e as estratégias nacionais para o setor, o contexto cultural em que atuam, os conteúdos elegíveis em termos de produção e as plataformas que lhes são consignadas, o grau de autonomia financeira e editorial, a sua relação com os poderes político e económico, o papel do serviço público de televisão e dos meios comunitários a nível local e regional, a formação em jornalismo de proximidade ou a literacia digital e a educação para os media, as parcerias e o envolvimento com a sociedade civil, os hipotéticos sistemas de apoio à produção de conteúdos e à criação de novos meios, ou as convergências e divergências do mercado português em relação ao audiovisual a nível europeu. As perguntas colocadas estabeleceram uma linha condutora que permitiu não só por em evidência o posicionamento ora liberal, ora intervencionista do entrevistado ante as virtudes e constrangimentos do audiovisual português, consoante esteja direta ou indiretamente relacionado com a atividade televisiva numa vertente pública ou privada, mas também os pontos de convergência – em alguns casos, clarificaram-se as potenciais áreas de discordância – em termos de pensamento estratégico e de atuação no terreno que mais podem influenciar o panorama setorial e a evolução da televisão de proximidade a médio e longo prazo.

---

<sup>34</sup> Com a duração média de uma hora, em apêndice apresentam-se numa versão revista e condensada.

## III.2. Análise dos resultados

Primeiramente, propõe-se uma análise transversal, em jeito de síntese, de todos os depoimentos recolhidos. Sendo uma forma de poder com influência transversal, desde o seu surgimento em Portugal – embora mais perceptível aquando a abertura à iniciativa privada ou ante as últimas alterações na regulamentação do audiovisual – que a televisão tem estado sujeita a condicionamentos de ordem política, tecnológica ou económica, refletindo de igual modo as circunstâncias históricas e culturais do país. Restrições hoje concentradas na crise financeira nacional, num mercado publicitário reduzido e em linha com a dimensão do país, na falta de dinâmica empresarial ou na escassez de investimento privado capaz de suportar os custos operacionais envolvidos.

Já o corporativismo setorial reflete-se nas pressões sobre o poder político e na ausência de incentivos à produção de conteúdos audiovisuais ou de políticas públicas para um subsetor ainda não organizado, refém de um centralismo mediático – para onde convergem as estruturas produtivas e, por arrasto, os benefícios económicos – que abriu portas à nacionalização da proximidade e que, por via de redações elitizadas, alimenta a visão metropolitana do país. Acresce a deturpação do conceito de proximidade, condicionado pelos critérios de noticiabilidade que privilegiam os grandes factos da atualidade de interesse nacional.

Tratando-se ainda do meio de comunicação com maior implantação no interior do país, reforça-se assim a função social da televisão junto das populações menos representadas numa esfera mediática com poucos meios ao serviço do cidadão. Territórios com menor peso económico e demográfico, povoados por cidadãos mais envelhecidos e sem competências digitais, e onde são também maiores os constrangimentos à criação de ágoras de pensamento livre.

Situação que contrasta em pleno com o panorama local e regional à escala europeia, onde quadros legais mais ajustados permitem uma oferta audiovisual com alto grau de capilaridade e até redundância. Países marcados por particularismos

socioculturais, fragmentações linguísticas ou divisões administrativas, mas com as dimensões territoriais, demográficas e económicas necessárias para que as televisões de proximidade, vistas como agentes impulsionadores da economia ou como um fator de agregação e coesão social, possam subsistir e dar visibilidade às comunidades onde estão radicadas, promover o debate ou gerar dinâmicas socioeconómicas.

A lei portuguesa já permite a constituição de televisões locais ou regionais, mas tendo em conta as obrigações técnicas e os cadernos de encargos definidos pelo Estado, esta não clarifica como garantir a viabilidade ou a suficiência de meios e estruturas profissionais. Fragilidades que, junto com as condicionantes já enunciadas, acentuam a dependência também editorial em relação às elites locais ou às eventuais pressões políticas ou económicas, por vezes camufladas num jornalismo dito positivo.

Sendo poucas as que, entre as pioneiras, sobreviveram, e ainda menos as até agora registadas na ERC, as pretensas televisões locais e regionais criadas na Internet, e que permanecem numa quase total clandestinidade digital, começaram por querer dar visibilidade a localidades onde o audiovisual nunca tivera expressão. Já no cabo, e procurando gerar oferta diferenciada em relação à concorrência, os operadores de rede foram os primeiros a lançar canais ditos regionais. Mais tarde, igualmente por vantagem comercial, a grelha de alguns passou a ser repartida com conteúdos de outras *web tv's* e produtoras, vingando em todos os casos – Porto Canal, Localvisão e Regiões TV – uma perspetiva nacional e de mercado.

Enquanto que pelo menos uma destas televisões alterou por completo a tipologia inicial e o público-alvo, outras destacaram-se ao explorarem temas e formatos – não apenas informativos – pouco comuns nos meios tradicionais de proximidade, explorando também as parcerias estratégicas com promotores de eventos, produtores e distribuidores de conteúdos, ou apostando em formas de inovação setorial como a utilização de suportes não convencionais e até a internacionalização. Não estando prevista para já a criação dos *mux* de cobertura regional e local, todos estes canais deverão por isso ficar de fora da TDT, a mais exclusiva (para os operadores de serviços de programas), mas também universal (para os espectadores sem televisão por subscrição) das plataformas.

Quanto à RTP, reconhecida no contrato de concessão a importância da descentralização informativa, eixo fundamental do serviço público à escala europeia e mais valia em relação à oferta das televisões privadas, no entanto não se espera que a RTP 3 se transforme na prometida mostra das regiões, nem que a programação regional regresse à RTP 1. No passado, a dependência de uma decisão governamental favorável retardou a aposta da RTP nos desdobramentos regionais. Necessidade social independente dos recursos financeiros disponíveis e da adaptabilidade à circunstância portuguesa dos modelos públicos francês ou alemão.

Para a história ficam as dificuldades encontradas no terreno – salvaguarda dos critérios editoriais ante os poderes instalados, profissionais com défice de formação, grandes áreas de cobertura, repartição geográfica sem correspondência administrativa, visão paternalista ou negativa do jornalismo local –, bem como as conquistas entretanto sacrificadas – compromisso e envolvimento social, abordagem positiva e diferenciada da atualidade. Permanecem, contudo, as dúvidas sobre o custo das delegações e correspondências, e que percentagem estas representam no orçamento anual da RTP. Desconhecem-se também quais as audiências efetivas do formato, e se razões políticas, mais que as financeiras, foram determinantes para o fim dos desdobramentos e para a redução de meios técnicos e humanos nos centros de produção e nas delegações regionais.

Formas alternativas de alavancar o subsetor do audiovisual de proximidade passam pela criação de redes de televisões locais que trabalhem em articulação com o operador de serviço público de media, ou por agregar instituições de ensino superior com recursos multimédia e outros agentes públicos, privados ou da sociedade civil na produção de conteúdos destinados a canais de âmbito educativo ou comunitário. A haver uma total falta de viabilidade, o financiamento anónimo e participativo de projetos não exclusivamente digitais poderia permitir o enfoque nas necessidades locais e nos grandes temas regionais, enquanto que fundos participados pelo Estado estariam destinados a apoiar novos meios de âmbito local e regional ou iniciativas jornalísticas geradas a partir dos já existentes. Acresce a aposta das academias na formação em jornalismo de proximidade, na literacia mediática e na inclusão digital, envolvendo docentes, jornalistas e cidadãos, estes últimos derradeiros agentes de

mudança do universo audiovisual ao terem uma participação mais ativa e crítica na esfera pública. Contudo, seja por desinteresse coletivo ou por satisfação com a oferta de conteúdos já existente, ainda que esta não colmate certas necessidades, é notória a fraca mobilização do público, que não exige nem pugna pela televisão de proximidade.

Fazendo agora uma análise individual, logo mais alargada, ao conteúdo de todas as entrevistas, no entender de Carlos Ramalho, e ante as centenas de *web tv's* que a partir do final da década de 2000 foram surgindo de norte a sul de Portugal, “todos acreditavam que a televisão ia passar para a Internet”. Contudo, a reorganização de conteúdos e o reforço da oferta no cabo permitiram ao pequeno ecrã reconquistar terreno (Ramalho, 2017: 1).

Derradeiro sobrevivente dos autointitulados canais de televisão locais e regionais na rede mundial de computadores que “procuravam estar próximos do cidadão”, o agora operador de um serviço de programas de televisão de âmbito nacional, “o único que trabalha localmente a informação de proximidade”, propõe ao público-alvo “um somatório das diversas regiões” (*idem*, 2017: 2-6). Dado o mercado existente, em linha com a dimensão do país, o diretor-geral e diretor de informação e programação da LVTV – Localvisão TV diz justificar-se a “capilaridade num canal nacional” capaz de “dar voz a todas as regiões e ter conteúdos locais”, mas não “canais estritamente regionais” (*ibidem*, 2017: 15).

Numa fase inicial, tratava-se de disponibilizar uma antena por concelho, beneficiando da criação progressiva de delegações em todos os distritos do continente e de um número considerável de colaboradores, sobretudo recém-licenciados em regime de estágio profissional. A diferenciação fez-se pela prioridade dada ao interior do país, onde o audiovisual era praticamente inexistente, pela diversidade de formatos informativos apresentados em função das dinâmicas das equipas, e pela cobertura de temas pouco presentes nos meios locais e regionais convencionais, privilegiando “as [notícias] boas, porque não valia a pena sermos redundantes em relação aos canais nacionais” (*ibidem*, 2017: 3-8).

Ante a quebra no investimento empresarial e a ausência de rentabilidade na Internet – no seu arranque, a Localvisão não exibia publicidade –, o modelo de negócio

seria alterado aquando a chegada desta a uma plataforma que traz “outro tipo de investidores” e “notoriedade”. Para além da adoção de uma perspetiva nacional, com menos produção e mais repetições região a região, e como “o espaço no cabo é cada vez mais raro”, certas franjas horárias foram também rentabilizadas com a programação de outras *web tv’s*.

Depois da entrada de dois programas na RTP 2 por via da produtora da Canalvisão, proprietária da Localvisão, e da chegada aos videoclubes de duas redes de cabo e aos autocarros da Rede Expresso, menos admissível para a ERC foi a relação comercial do canal com uma das autarquias, às quais vende conteúdos, dado o condicionamento da agenda informativa. “Apesar de sermos editorialmente independentes, não quer dizer que não sejamos financeiramente independentes”, reitera o também presidente da administração da Canalvisão (*ibidem*, 2017: 9-11), acrescentando que “sempre fizemos televisão como os outros”, mas “por virmos da *web*, nunca fomos levados a sério”.

Consolidada a presença em todos os operadores de cabo portugueses, em curso está a internacionalização do canal nos mercados europeus onde residam comunidades lusas – tal como fez o Porto Canal –, o qual aposta nas parcerias com media congéneres e de língua portuguesa neles existentes (*ibidem*, 2017: 12-14).

Por seu turno, José Manuel Barata-Feyo considera que o “problema de autoestima” do interior “só se resolve dando visibilidade aos anseios e realizações das pessoas” (Barata-Feyo, 2017: 2). Algo que nos operadores públicos europeus se concretiza por via da informação regional descentralizada, e que na RTP, “por causa dos custos e do modelo do estatuto”, dependia da “concordância do Governo”. Até 1997, as delegações da televisão portuguesa “poucas vezes se sentiam motivadas a propor reportagens” para emissão no *País, País*, “espécie de telejornal dos pobres”, cujo “critério editorial era o de Lisboa” e “que as regiões não viam”. Uma emissão desdobrada implica conteúdo localmente relevante, e que “todos os dias, à mesma hora, as pessoas têm notícias sobre a sua região” (*idem*, 2017: 1-3), o que não acontece no modelo atual, retomado em 2002 e “um amontoado de peças desgarradas sobre as regiões” (*ibidem*, 2017: 10).

De acordo com o jornalista e ex-coordenador do Centro de Emissão Regional de Castelo Branco da RTP, a aposta da estação pública na autonomia editorial dos centros de produção e delegações continentais representou um grande investimento financeiro, dos meios técnicos aos recursos humanos. Para isso, foi lançado um concurso com vista à admissão de jornalistas e repórteres de imagem, sendo os coordenadores recrutados nas redações centrais.

No caso do centro regional ao serviço da Beira Interior, se os primeiros colaboradores “não tinham o mínimo de formação técnica e profissional”, antevendo-se a prática de um “sub-jornalismo” destinado a “cidadãos de segunda”, no terreno sobravam dificuldades como a repartição geográfica que replicava o defunto mapa da regionalização – fronteira “arbitrária” que “não correspondia a coisa nenhuma” – ou a considerável área de cobertura – uma equipa “demorava horas a chegar, e o resto do tempo para regressar e montar o trabalho” (*ibidem*, 2017: 3-6).

Contudo, “a motivação dos jornalistas”, fomentada pela capacidade de chefia, permitiu a estes advogados do cidadão fazerem “a melhor informação regional do país”, sempre “em função de critérios editoriais e não políticos”. Proximidade e envolvimento social que se traduziram numa “adesão enorme à informação regional”, dado as pessoas “poderem ser notícia sem ser pelas piores razões”, e em audiências que a casa mãe nunca terá querido medir, visto que “ultrapassavam de longe o *Telejornal*”. (*ibidem*, 2017: 7-8).

Já o cancelamento das emissões desdobradas, onde também se dava antena a aspetos culturais e à imprensa local, foi “uma punhalada no país”, naquilo “que se tinha conseguido conquistar” e no “legítimo direito das pessoas a gostarem da região onde vivem, que é também uma maneira de as fixar”. Conquistado, por fim, o estatuto social, hoje a RTP “não depende do Governo para a nomeação das administrações”, as quais “possuem um sistema de financiamento independente”, pelo que o operador de serviço público de rádio e televisão “tem obrigação de fazer essa informação regional” (*ibidem*, 2017: 9-11).

Para Alberto Arons de Carvalho, em Portugal a abertura da televisão – “instrumento de poder” com “influência social, política e económica” – à iniciativa

privada foi sempre muito condicionada. De início por razões técnicas e pela falta de vontade política, hoje pelas “pressões do poder económico, nomeadamente dos grupos de media” (Carvalho, 2017: 2-6). Se a evolução tecnológica, a diversidade de plataformas ou a legislação, ainda que conservadora, permitem já a criação formal de televisões de proximidade, na prática são as restrições ao nível do investimento privado, amplificadas por um mercado publicitário exíguo e por um setor audiovisual corporativista e afoito a concorrência adicional, que confinam o aparecimento de operadores de programas de âmbito local ou regional, e se impõem à ausência de efetivas políticas públicas para a comunicação social.

Posto que os custos operacionais envolvidos inviabilizam a aposta na TDT, e dada a falta de interesse dos grupos económicos na oferta de proximidade no cabo, o antigo vice-presidente do Conselho Regulador da ERC reitera que o sistema de incentivos a projetos “que prestam um serviço de interesse público às populações” deveria ser alargado à televisão, de modo a favorecer o emprego de profissionais e os conteúdos informativos próprios nas zonas onde estes canais são um importante “fator de agregação e de coesão social”, evitando-se a mesma dependência de rádios e jornais face aos poderes locais (*idem*, 2017: 5-10).

Entendendo ter sido o plano de reestruturação da dívida a razão indireta para o fim dos desdobramentos regionais na RTP, e não algum “obstáculo político-ideológico”, o subfinanciamento gerado pelas restrições ao nível publicitário e das indemnizações compensatórias poderia ter sido compensado com aumentos pontuais na contribuição audiovisual. Já o afastamento do Governo da escolha da administração da RTP traduziu-se no desinteresse deste em suprir falhas de mercado como a descentralização informativa. Contudo, tendo o operador de serviço público de media a obrigação de “dar voz às regiões”, sobretudo na RTP 3, “a relação custo/utilidade” justifica que haja programação a cargo dos centros regionais (*ibidem*, 2017: 11-13).

Num país agora sem alternativa nesta matéria, e privado de um debate sobre a função social da televisão de proximidade, falta “uma associação representativa das suas preocupações” e cuja pressão pública conduza a alterações legislativas que permitam o emergir de estações de cariz comunitário. Com maior independência e

participação cívica, e apesar de requerem um investimento menor, trata-se, no entanto, de acordo com o ex-secretário de Estado da Comunicação Social, de um modelo ainda penalizado pelo “conservadorismo do poder político” e pela “feroz oposição dos *players* instalados no mercado” (*ibidem*, 2017: 14-15).

Segundo Pedro Coelho, sendo a população do interior a mais envelhecida e infoexcluída e a menos representada nas televisões nacionais, é também aquela que em maior medida poderia beneficiar com a televisão de proximidade (Coelho, 2017: 2-7). Território onde a “proximidade demasiado próxima” gera constrangimentos como o “paroquialismo” e a dependência em relação aos poderes político e empresarial, obrigando ao reforço do compromisso ético do jornalista (*idem*, 2017: 5-6). Contudo, tendo em conta que a missão social dos meios de proximidade requer sobretudo maturidade financeira, e estando sustentabilidade e orientação editorial habitualmente condicionadas, “não há independência jornalística”, o que os transforma “em meras montras das elites” sem lugar para a participação do público.

A necessária criação de novas “ágoras de pensamento livre”, de projetos jornalísticos “na plataforma que esteja ao alcance de todos” – preferencialmente a Internet –, envolve de igual modo um custo social, onde se inclui o investimento na literacia mediática e na inclusão digital, e que, na linha de pensamento do docente da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, deveria ser assumido pelo Estado, em particular nas regiões com pouco peso demográfico e económico (*ibidem*, 2017: 4-8).

Na opinião do jornalista da SIC, a “crise financeira profunda” de uma estação privada que “nunca teve condições para abrir delegações” é uma tendência, também global, do mercado, que só “aumenta o nosso grau de centralização”, criando lastro para a visão metropolitana e até caricatural do país. Dado que a televisão continua a ser o órgão de comunicação social “com maior taxa de implantação no interior”, e sendo a RTP “o único canal que poderia fazê-lo”, apesar das “muitas fragilidades”, nomeadamente a já manifestada dificuldade em abordar temas polémicos e em afrontar poderes estabelecidos, o modelo dos desdobramentos regionais “pode ser aperfeiçoado”, e a descentralização informativa continuar a ser um “elemento

promotor do debate” que sirva de montra às regiões onde a estação pública esteja implantada (*ibidem*, 2017: 8-9).

Postas de parte as “degenerescências” já existentes no cabo, quanto à efetiva televisão de proximidade, para além de recuperar um “jornalismo de construção”, falta “definirmos o conceito e agir em conformidade”. Contudo, tratando-se de “um investimento muito grande, sobretudo se for no cabo”, e não havendo mercado nem sendo tal “viável em nenhuma região do país”, uma alternativa possível estaria no financiamento anónimo e participativo, bonificado com incentivos fiscais “ao abrigo da lei do mecenato”.

Para além de naturalizarem “o interesse pela ação jornalística nos universos de proximidade”, as academias podem ser um “ pilar” de novos media digitais, focados nas necessidades de cada zona e na discussão dos “grandes temas regionais”. Projetos ramificados “a partir dos grupos de comunicação social de proximidade”, mas financiados pelo Estado que, já consciente “de que isto é fundamental para o desenvolvimento das regiões”, decidiria quais apoiar e que pontes estabelecer com as universidades (*ibidem*, 2017: 2-13).

Tendo em conta a função social dos meios de proximidade, de acordo com o jornalista Vítor Tomé a literacia digital e a educação para os media são indispensáveis a cidadãos mais críticos, capazes de compreender a arquitetura e o funcionamento do sistema mediático. Numa lógica de “intervenção social”, ao exigir “menos reflexão” e ser “o media em que mais confiam”, “em meios deprimidos, a televisão – sobretudo a pública, que mais facilmente chega às pessoas – poderia aumentar a literacia” das populações.

Mas quando a tecnologia por si só não resolve tal défice, é necessário que esta se faça “ao longo da vida”, envolvendo jornalistas e professores, “áreas sociais altamente corporativas” e que nas faculdades se comece por “atribuir valor ao jornalismo de proximidade”, as quais podem prestar um “serviço comunitário na formação dos profissionais e de públicos”. Há também que “dar meios e tempo a todos os que querem fazer algo” no que toca à produção de conteúdos, nomeadamente na RTP Internacional (Tomé, 2017: 6-8).

Alimentando uma conceção errada de serviço público, as pessoas “não entendem o que é” e desinteressam-se, quando este tem a missão de “prestar informação de qualidade, diversificada, dar voz a todas as tendências”. Não se pode é confinar à Internet, “quando vinte por cento dos cidadãos portugueses não a usam”. Por seu turno, media elitizados, cuja agenda “é feita por um pequeno grupo social”, afastam-se do cidadão, “alegando que este não participa”, pelo que os “critérios de noticiabilidade ou valores de notícia têm que ser invertidos”, sobretudo a nível local e regional, argumenta o docente da Universidade Autónoma de Lisboa. As televisões de “junta de freguesia” são, portanto, fundamentais para os cidadãos compreenderem “que fazem parte do espaço mediático e do mundo”, ainda que os seus interesses se concentrem naquilo que acontece “na bolha em que vivem” (*idem*, 2017: 11).

A crise generalizada do modelo de negócio tradicional dos media acabará por afetar também as televisões locais ou regionais. Sendo desejáveis media independentes, os quais também requerem financiamento – o que poderia ser assegurado pelo Estado –, “não podemos é deixar uma televisão (...) nas mãos de uma câmara municipal”. Facilitando a apropriação política de um meio de comunicação social de proximidade na fase de licenciamento ou no regime de propriedade, está aberta a porta aos típicos “pés de microfone” onde, conforme esclarece o investigador do Centro de Investigação em Artes e Comunicação da Universidade do Algarve, não há discussão nem a comunidade está minimamente representada. E existindo “uma televisão em cada porta”, naturalmente que “não há espaço para ninguém” (*ibidem*, 2017: 2-10).

Havendo “dimensão e regras claras” de acesso à atividade televisiva local ou regional, e apesar da extensão do país ou das expectáveis pressões do meio audiovisual, o terceiro setor poderá ter um papel nesta matéria. E ainda que as associações ou organizações não governamentais possam vir a adotar uma estratégia comercial, a lógica “tem que ser comunitária”, devendo-se envolver as populações propondo “temas que lhes façam sentido”.

Conclui-se então que “temos media a mais para o país que temos”, ao serviço dos poderes e dos seus proprietários, mas não “media que sirvam os cidadãos” ou que

estejam preocupados em integrar as comunidades na esfera comunicacional (*ibidem*, 2017: 8-11). Conforme testemunha a história do audiovisual em Portugal, “os políticos têm um medo enorme do que a televisão pode fazer.” As grandes mudanças no setor dependem, por isso, de “melhores cidadãos, que exijam melhores media” (*ibidem*, 2017: 11-12).

Estando “ligada às realidades históricas” de um país, José-Manuel Nobre-Correia considera que a televisão reflete de igual modo a sua “complexidade cultural” ou “organização administrativa”. Seja através do cabo ou do éter, o mesmo acontece no panorama audiovisual europeu a uma escala inferior – das regionais estatais nos anos 50/60 na Alemanha e Reino Unido, às televisões livres italianas e comunitárias belgas francófonas na década de 1970 –, muito associado a fortes identidades e a grandes fragmentações de ordem cultural ou linguística, e cujo surgimento e evolução foram favorecidos pela extensão territorial, pela segmentação geográfica ou pela descentralização administrativa (Nobre-Correia, 2017: 1-5).

Em mercados mais pequenos como a Bélgica, onde as redes de cabo começaram por permitir a distribuição do sinal das televisões dos países limítrofes, a existência das comunidades francófona e flamenga ditou desenvolvimentos distintos nas televisões locais do norte e do sul, com os respetivos “particularismos socioculturais”, nomeadamente quanto à nomenclatura e conceito (*idem*, 2017: 4-5).

Já em Portugal, a centralização demográfica, económica, cultural ou política teve “consequências em termos de media”, as quais, segundo o mediólogo e professor emérito da Universidade Livre de Bruxelas, “estão longe de serem superadas” (*ibidem*, 2017: 2). É disso exemplo a ausência de cadernos regionais nos jornais nacionais ou de diários em quase todos os distritos da raia. Problema crónico de uma informação “extremamente difícil”, que exige maior “rigor e precisão”, só solucionável criando-se “equipas de redação e gestão” no interior do país. Associado às limitações na dinâmica empresarial e na respetiva capacidade de investimento ou na qualidade da oferta formativa das escolas de jornalismo, está o desinteresse dos dirigentes políticos e económicos numa “informação jornalística séria”, o que afeta a economia, a cidadania e “o funcionamento da democracia” (*ibidem*, 2017: 7-11).

Num patamar comunitário, diferentes enquadramentos legais propiciaram formas díspares de descentralização audiovisual a um nível ainda mais capilar. Na Alemanha, grupos de imprensa interessaram-se pelas televisões locais e regionais no cabo, enquanto que em Espanha se criaram redes de televisões locais hertzianas com âmbito regional ou nacional. Tendo que haver “dimensão territorial, demográfica e económica” para que estas vingam e consigam gerar “dinamismo económico, social”, sendo desejável “um mínimo de cobertura da atualidade nacional e internacional”, por outro lado a pluralidade de meios implica alguma limitação na quantidade de canais, de forma a que “tenham receitas e possam ser autossuficientes”.

Em paralelo, a generalização do cabo ou do satélite propiciou o fenómeno da comunitarização. Em vez de continuarem a permitir a “integração na sociedade de acolhimento” das comunidades estrangeiras, as versões internacionais também de alguns canais regionais, como os autónomos espanhóis, facilitaram “uma vida por procuração com o país de origem” (*ibidem*, 2017: 5-10).

Ante uma paisagem audiovisual menos dinâmica e diversificada, e posto que a médio prazo tal investimento ou posicionamento editorial não deverão concretizar-se na RTP 1 ou na RTP 3, em Portugal o modelo mais adequado à informação regional descentralizada é o alemão, embora se ajuste melhor o francês, com desdobramentos “em certos períodos do dia”, no “segundo ou terceiro canal de uma televisão nacional”, e em que “durante duas ou três horas cada centro emite para a sua região” (*ibidem*, 2017: 12-13).

Quanto ao relançamento da função cívica nos media, o Estado poderia “desencadear uma fundação, criar um fundo” com entidades públicas ou privadas e “condições fiscais interessantes”, destinado a financiar projetos locais e regionais, “sobretudo no digital”, e cujo capital envolvesse não só os jornalistas, mas também o público (*ibidem*, 2017: 14-15).

Já Pedro Jorge Braumann refere que em Portugal, país com desigualdades territoriais, marcado por “um centralismo do tempo da invasão dos franceses”, por “um poder autárquico muito forte”, e privado de “espírito regional” ou de estratégias conjugadas, os operadores, “espécie de oligarquia” corporativista, “nunca viram com

bons olhos haverem mais televisões regionais” para lá das já existentes na Internet ou daquelas “difíceis de contestar” como o Porto Canal (Braumann, 2018: 1-3).

Enquanto que noutros mercados as televisões locais e regionais são uma vantagem comercial e fulcrais para as forças políticas ou empresariais, em Portugal, onde não há “elites relevantes”, as redes de cabo não são obrigadas a difundi-las, nem precisam delas para “aumentar o número de assinantes”. O diretor do secretariado técnico do Conselho Geral Independente da RTP conclui, portanto, que “a questão regional não é assim tão importante”, e que a haver assinalável interesse dos cidadãos nesta matéria, “a televisão de proximidade já tinha surgido” (*idem*, 2018: 5-10).

Por outro lado, sendo o local “cada vez menos geográfico”, o conceito de televisão de proximidade deixou de estar relacionado com “ideias ou problemas próximos às pessoas”, enquanto que a informação de proximidade já não depende do número de delegações e correspondentes, mas da “constituição da agenda e do desenvolvimento da notícia”. Remetida para os magazines televisivos, esta “pode não ser a que mais interessa às populações”, mas tendo “interesse nacional” e sendo apelativa para a “maioria dos públicos”, “é a que melhor pode vender” (*ibidem*, 2018: 3-4). Contudo, quando as televisões nacionais tende a privilegiar “grandes factos políticos, desportivos” ou as “notícias sensacionalistas”, e dada a quantidade de canais de notícias, “mais do que seria expectável em relação à população”, isso reflete-se também numa menor qualidade jornalística (*ibidem*, 2018: 8-9).

Quanto ao operador de serviço público, se hoje a produção e emissão descentralizadas se resumem às regiões autónomas, onde a programação local ocupa apenas um terço da antena da RTP Açores e na RTP Madeira, já os jornais levados a cabo no continente através de desdobramentos regionais, sem “custos muito altos”, mas cujas audiências “não eram muito significativas”, foram também penalizados pela ausência de uma “divisão regional específica” que permitisse uma “inter-relação forte”.

Não se justificando a mesma repartição geográfica, nem o permitindo atualmente a rede da TDT – cujo fracasso “teve grande influência na evolução do mercado” –, no entanto “é possível fazer bastante mais em termos de conteúdos

regionais”, nomeadamente em canais específicos como a RTP 3, e tal como previsto no contrato de concessão, embora a cobertura tradicional requeira recursos e meios que “nalguns casos não existem” (*ibidem*, 2018: 7-12).

Ante o maior fluxo informativo, interligado com as redes sociais, meios locais e regionais são menos necessários para alcançar “informação de proximidade relevante” (*ibidem*, 2018: 9). Dada a quantidade de jornais e rádios, e ante uma distribuição “multipolar”, existem plataformas mais económicas que o pequeno ecrã, sendo a Internet a adequada, no caso português, à difusão dos novos meios de proximidade (*ibidem*, 2018: 10-11). Televisões que requerem também viabilidade económica, mas sendo fortes potenciam o desenvolvimento regional. Num meio social dinâmico, e integrando a restante iniciativa pública e privada, podem até apostar no empreendedorismo ou na criação de emprego (*ibidem*, 2018: 13-14).

Entendendo que os meios de proximidade deveriam colaborar entre si – “cada um tinha as suas notícias locais, mas na parte nacional podiam ter uma rede” –, o docente da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa defende a partilha de conteúdos entre a RTP e as televisões locais, tal como já acontece com a cedência às rádios locais dos noticiários da Antena 1. A haverem televisões regionais, “é possível um acordo similar” (*ibidem*, 2018: 11-15).

## CONCLUSÃO

Em 1997, volvidos cinco anos de televisão privada e utilizando o *slogan* da anfitriã, Mariana Otero estreava na SIC o documentário *Cette télévision est la vôtre*<sup>35</sup>. Em nota prévia ao espetador, Emídio Rangel, diretor da estação que conquistara metade do mercado português graças a uma agressiva estratégia comercial, garantia tratar-se da visão parcial e até deturpada da realizadora, a qual, durante meses, pudera aceder livremente aos bastidores do canal de Carnaxide. Situação irónica, quando a SIC começara por se diferenciar da RTP ao apostar numa informação mais aberta ao país real, e em programas onde o cidadão tinha presença regular. Mais sofisticadas e impercetíveis que no passado, algumas das fórmulas de gestão denunciadas pela documentarista permanecem. Todavia, ante as profundas mudanças sociais, culturais, económicas ou tecnológicas operadas no país – como a pulverização de plataformas, produtores e conteúdos –, esta já não é a *nossa* televisão. Fora a profusão de canais de vídeo na Internet, hoje qual seria a estação, ainda que disfarçada de pequeno ecrã, que o cidadão poderia reclamar como sua?

No mesmo ano, e uma vez por mês, um semanário de Castelo Branco surgia nas bancas acompanhado por uma videocassete com um bloco informativo sobre o distrito<sup>36</sup>. Mimetizando a estrutura, linguagem e duração de um jornal televisivo, mas editorialmente comprometida com os poderes políticos e económicos da zona e com os interesses da produtora de vídeo envolvida, a também hipotética Televisão Regional da Beira consistia num alinhamento de meia hora em que, por entre inserções publicitárias, a animadora de uma rádio da cidade apresentava um seriado de imagens e depoimentos recolhidos por jornalistas e colaboradores da publicação. Ao se privilegiar a cobertura propagandística de atos públicos como as inaugurações ou as campanhas eleitorais em curso, e ainda que nos temas abordados se incluíssem por vezes o social, o lazer ou o desporto, a narrativa estava sincronizada com o discurso das elites dominantes e das máquinas partidárias locais. Duas décadas depois, e sem

---

<sup>35</sup> Informação adicional está disponível na página da autora, em <http://www.marianaotero.com>.

<sup>36</sup> Desde 1994 que todos os anos o Povo da Beira lançava em VHS uma cassete sobre a cidade e as tradições natalícias da região. Seguiram-se outras com conteúdos patrocinados pelas autarquias.

concorrente direto, a Internet permitiu que o projeto ressurgisse como *web tv*, gozando de grande sucesso nas redes sociais apesar da reconhecida folclorização. Além da informalidade legal em que atua – ausência de estatuto editorial e de registo na ERC, incumprimento do código deontológico –, a Beira Baixa TV pauta-se de novo pela tabloidização sensacionalista, misturando o jornalismo com a publicidade ou com o exercício de outra atividade comercial, o que gera um natural conflito de interesses.

Apesar das diferentes escalas e contextos em que operam, os casos descritos exemplificam como o poder económico e o impacto social que a televisão ainda tem podem ser facilmente deturpados e postos ao serviço de interesses menos legítimos. Dos operadores públicos e privados às instituições não governamentais, o que fizeram efetivamente as distintas experiências de âmbito local e regional pelo desenvolvimento do audiovisual de proximidade, cujo atraso de décadas em relação ao resto da Europa se traduziu num défice de maturidade e diversidade? Ante um futuro sempre adiado e os constrangimentos já sentidos pelos jornais e rádios – centralismo mediático, corporativismo sectorial, reduzido mercado publicitário, fraco tecido empresarial, escasso investimento privado, ausência de políticas públicas e de incentivos estatais específicos –, sobretudo nas zonas mais frágeis em termos demográficos e económicos, a televisão de vizinhança terá dificuldade em atender aos anseios das gentes e às especificidades socioculturais das regiões. Difícil será igualmente envolver as comunidades no novo espaço público digital, quando projetos desta natureza deveriam refletir uma necessidade e esforço coletivos, e não serem apenas fruto de iniciativas de cariz individual ou comercial.

Os condicionamentos já referidos não impediram o surgimento de norte a sul do país de inúmeras televisões locais na Internet, tirando estas partido de uma plataforma tendencialmente democrática, universal e ilimitada. Também neste segmento, a pulverização da oferta na Internet acentuou a dificuldade em estabelecer um valor financeiro e em rentabilizar a produção de conteúdos. Não estando o subsetor ainda organizado formalmente, e a insistir-se na autorregulação quase total, a maioria das *web tv's* está condenada a uma existência breve, ficando o cabo apenas ao alcance de projetos com dimensão financeira e técnica, postura empresarial e em que participem grupos nacionais. Plataforma onde se assiste à deturpação do conceito

e à nacionalização da proximidade, antecâmara daquilo que Localvisão e Porto Canal promovem junto das comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo.

Entre os fóruns ou movimentos que nas últimas duas décadas, e na senda da legalização das rádios livres, procuraram cenários semelhantes para a televisão regional, inclui-se o encontro onde, aquando o 50º aniversário das emissões regulares da RTP, algumas das primeiras *web tv's*, reconhecidas já como parte da história oficial da televisão em Portugal, discutiram o futuro do setor<sup>37</sup>. Por iniciativa de produtoras, publicações periódicas, grupos de comunicação ou instituições de ensino superior, e dada a manifesta apetência local pela informação de proximidade, a partir da segunda metade da década de 2000 estas começaram a emergir sobretudo em regiões pouco representadas na televisão tradicional. Ao acreditarem no potencial de um mercado em que a oferta era quase nula, e realçando a sua responsabilidade social, na sua maioria os promotores comprometiam-se a dar mais voz ao cidadão e a valorizar a coesão territorial ou a ligação às comunidades. Globalmente, enquanto que os projetos institucionais, montra sobretudo dos laboratórios televisivos académicos, sobreviveram, já os comerciais, focados na venda de produtos audiovisuais ou de espaço publicitário, extinguiram-se, embora as empresas que os criaram continuem a prestar serviços de produção, distribuição e gestão de conteúdos multimédia.

Enquadrada pela Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, a atividade televisiva continua sujeita a exigências legais e regulamentares (estudo económico e financeiro, projeto técnico, estatuto editorial, recursos humanos), bem como à divulgação de informação relativa à titularidade, órgãos sociais e responsáveis editoriais, de modo a salvaguardar a sua independência e a pluralidade dos meios de comunicação social. Contemplada está a existência de serviços de programas de âmbito local e regional em qualquer uma das plataformas existentes, mas o acesso ao espectro, sempre dependente de concurso público, permanece nas mãos do Estado e da ERC, responsável pela gestão e atribuição de frequências. No caso da televisão convencional, estes canais são objeto de licenciamento ou de autorização, caso a

---

<sup>37</sup> Organizado pelo portal Sapo, com o apoio da Universidade Autónoma de Lisboa, o debate realizou-se a 7 de março de 2007 no Museu das Comunicações, juntando Viseu TV, Politécnico TV, Aveiro TV, Beira TV, TV Viana e TV Net. Também convidadas, TV Évora, TV Beja e Oeste TV não compareceram.

difusão se faça por via hertziana ou no cabo, respetivamente. Já os serviços de programas difundidos exclusivamente através da Internet carecem apenas de registo, mas são poucas as *web tv's* que até agora o fizeram. Quanto ao capital social mínimo, e apesar de os valores terem sido revistos por baixo numa das alterações ao diploma atual, mesmo assim são necessários 500 mil ou cem mil euros para que os operadores regionais e locais, respetivamente, tenham o direito de aceder à TDT caso os *mux* de cobertura infranacional venham a ser criados. Cifras que descem para os cem mil ou cinquenta mil euros, consoante o âmbito de cobertura, tratando-se de serviços de programas confinados às redes de cabo. Televisões que, mesmo na Internet e ao contrário do que se verifica no terreno, não podem ser detidas ou financiadas por autarquias, partidos políticos, sindicatos e ordens profissionais, excetuando-se os projetos doutrinários, institucionais ou científicos. Mantém-se, contudo, um largo campo de ação, podendo as associações sem fins lucrativos criar canais educativos ou culturais no cabo e ter microcobertura em eventos pontuais. Aos serviços de programas nas plataformas tradicionais é exigido um mínimo de seis horas diárias de emissão, o que, nas estações mais pequenas, implicará alguma produção externa ou a repartição da grelha com canais semelhantes. A haverem desdobramentos, estes podem ter um máximo de duas horas, o que inviabilizaria que a RTP 3 se dedicasse por inteiro às regiões replicando modelos como o da France 3, mas não o regresso dos jornais regionais diários à RTP 1.

Como resultado, no hertziano, a mais universal das plataformas disponíveis, e excetuando as regiões autónomas, mantém-se a cobertura territorial indiferenciada, ignorando as heterogeneidades da população. Os privados entraram na televisão generalista, mas não os operadores efetivamente regionais. O cabo abriu portas ou lançou canais destes, embora apenas em zonas metropolitanas, onde se concentram meios técnicos e humanos. Para o audiovisual local ficou a Internet. Dada a ocasional presença do tema junto da opinião pública, poucos se têm debruçado sobre a televisão de proximidade<sup>38</sup>, seja pelos anacronismos do mercado ou desinteresse dos agentes políticos e económicos, seja pela visão nem sempre esclarecida dos próprios media, sociedade civil e demais entidades dinamizadoras. Pelas muitas variáveis envolvidas,

---

<sup>38</sup> É o caso dos investigadores de instituições do interior do país ou de colunistas da imprensa regional.

são maiores os desafios deste subsetor com um potencial económico por determinar, e cujo evolução não é prioridade política nem uma necessidade pública percebida como tal. E ainda que aprenda a tirar partido do que a lei já permite, enquanto o audiovisual de proximidade não se estruturar nem forem dados passos com vista à sua consolidação, dificilmente se poderá assegurar a existência a longo prazo de produtos e serviços adequados, bem como adotar modelos viáveis e com impacto, mais dependentes de uma consciencialização coletiva e das dinâmicas sociais que da iniciativa estatal ou de grupos empresariais.

Para que o potencial reformador não se esgote nas propostas dos grupos de trabalho ou das comissões de reflexão e – numa lógica de coesão social, diversidade cultural ou pluralismo mediático – se democratize em pleno o meio televisivo, da parte do Estado é necessária legislação mais abrangente e concreta, que enquadre e ajuste as novas tipologias de produção e distribuição às velhas necessidades comunicacionais das populações, permitindo-lhes edificar e dinamizar a sua esfera audiovisual. Tal passa por deixar de restringir o uso de certas plataformas por critérios já não justificáveis como os técnicos ou políticos, antes facilitando aos serviços de programas locais e regionais, sempre que plausível, a utilização responsável das redes coaxiais e do espectro radioelétrico, única plataforma de acesso gratuito, e por encorajar as comunidades à produção colaborativa também por via de recursos públicos descentralizados. Criando-se um estatuto semelhante ao da imprensa regional e que abranja todos os meios de proximidade, mais facilmente as televisões estariam entre os órgãos registados a abranger pela publicidade institucional do Estado e pelo atual regime de incentivos à comunicação social regional e local, especialmente no que toca ao desenvolvimento empresarial e à profissionalização e modernização tecnológica, sem esquecer a educação para os media, esta última à luz dos estudos e recomendações internacionais. Acresce o estímulo à autorregulação e à correção, tal como a adoção de medidas com vista à produção, distribuição e promoção de conteúdos das indústrias criativas regionais.

Quanto aos operadores, tendo em conta as especificidades da oferta de proximidade, e independentemente da tipologia mais adequada à segmentação territorial da oferta do serviço público de media (produção delegada ou

descentralizada, desconexão regional), as necessidades ou obrigações contempladas nos contratos de concessão, desde que devidamente orçamentadas, precisam de se refletir na estrutura e na atividade da RTP, a qual deveria ser também uma referência nesta matéria e o motor de outras iniciativas que apostem de igual modo na ligação às academias e aos media locais. Falta ainda um organismo (associação ou federação) que represente o subsetor, e lhe permita gerar visão de escala ou pressão junto da tutela e dos grupos de media nacionais. Ainda que legítima, a criação de consórcios com jornais e rádios locais ou regionais, de forma a repartir conteúdos e recursos, ou o maior envolvimento com parceiros institucionais e tecido empresarial, são algumas das condições essenciais para viabilizar a entrada no cabo ou na TDT.

Invocando o elemento principal do processo comunicativo, a implementação da televisão de proximidade representa um ato de justiça social para com o público mais penalizado pelo centralismo audiovisual. Circunstância até agora vencida apenas pela insularidade das únicas parcelas do território que dispõem de canais efetivamente regionais: os arquipélagos dos Açores e da Madeira. Contudo, não basta criar condições para a existência deste meio complementar, necessariamente ajustado à realidade portuguesa ou às tendências globais de produção, distribuição e consumo. É preciso promover a cidadania ativa, bem como demonstrar que se trata de um bem público que deve estar à disposição das populações, e não apenas ao serviço do Estado, da administração local e regional ou dos empresários. Logo, refém de vontades governativas, de localismos dúbios ou das prioridades do mercado.

Influenciadas pelos media convencionais e pelos gigantes das comunicações, identidade e memória coletivas dependem hoje também da presença equilibrada de meios locais nas regiões. Dos dispositivos móveis às redes sociais e sítios de partilha de vídeo, as novas ferramentas da cidadania favorecem a interação, alterando, em plena era colaborativa, a forma de perceber a realidade. Responsabilidade acrescida para o indivíduo, mais envolvido que nunca, se assim o desejar, na transformação comunitária e na construção de um espaço público digital claramente multimédia e multiplataforma. E posto que as tecnologias devem estar ao serviço dos conteúdos e não o contrário, também a partir do local se pode avistar o mundo e inscrever o cidadão numa aldeia global cada vez mais televisionada.

## BIBLIOGRAFIA

- BARATA-FEYO, J. (2017) *Entrevista a José Manuel Barata-Feyo (jornalista e ex-coordenador do Centro de Emissão Regional de Castelo Branco da RTP)*. São Fiel: s/publicação
- BRAUMANN, P. (2018) *Entrevista a Pedro Jorge Braumann (docente da Escola Superior de Comunicação Social – Instituto Politécnico de Lisboa e diretor do secretariado técnico do Conselho Geral Independente da RTP)*. Lisboa: s/publicação
- BRITES, M; JORGE, A.; SANTOS, S. (eds.) (2015) *Metodologias Participativas: Os media e a educação*. Covilhã: LabCom Books – Universidade da Beira Interior
- CÁDIMA, F. (2000) *Os Media Regionais Face à TV Local*. In *Revista do Observatório da Comunicação*, nº2. Lisboa: OBERCOM
- CÁDIMA, F. (2009) *Web TV Local/Regional em Portugal: Que Alternativa à TV?*. In *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2008*. Porto: Campo das Letras
- CANTOS, F. (2003) *La televisión local en el contexto audiovisual. Análisis del sector en la provincia de Castellón* (tese de doutoramento). Castellón: Universitat Jaume I
- CARVALHEIRO, J. (2000) *Media e Cidadania na Periferia Portuguesa: Inclusões e Exclusões – O Caso da Beira Interior* (dissertação de mestrado). Coimbra: Universidade de Coimbra
- CARVALHO, A. (2017) *Entrevista a Alberto Arons de Carvalho (antigo vice-presidente do Conselho Regulador da ERC e ex-secretário de Estado da Comunicação Social)*. Lisboa: s/publicação
- COELHO, P. (2005) *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*. Lisboa: Livros Horizonte
- COELHO, P. (2017) *Entrevista a Pedro Coelho (jornalista da SIC e docente da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa)*. Carnaxide: s/publicação

- DANCYGER, K. (2003) *Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier
- DÍAZ, L. (2006) *50 Años de TVE*. Madrid: Alianza Editorial
- FAUSTINO, P.; CÁDIMA, F. (2013) *Políticas Públicas, Estado e Media*. Lisboa: Media XXI
- FERNANDES, N. (2008) *As Webtelevisões em Portugal: um retrato* (dissertação de mestrado). Covilhã: Universidade da Beira Interior
- GRIPSRUD, J. (ed.) (2010) *Relocating Television: Television In The Digital Context*. Londres: Routledge
- HARDING, T. (1997) *The Video Activist Handbook*. Londres: Pluto Press
- KELLISON, C. (2009) *Producing for TV and New Media: A Real-World Approach for Producers*. Oxford: Focal Press
- MARTINS, L. (2006) *Mercados Televisivos Europeus: Causas e Efeitos das Novas Formas de Organização Empresarial*. Porto: Porto Editora
- MOTA, D. (2005) *A televisão adiada: as políticas para a televisão regional e local em Portugal*. In MARTINS, M. (coord.) *Comunicação e Sociedade, n.º 7*. Lisboa: Campo das Letras
- NOBRE-CORREIA, J-M. (2017) *Entrevista a José-Manuel Nobre-Correia (mediólogo e professor emérito da Universidade Livre de Bruxelas)*. Fundação: s/publicação
- PARKS, L.; KUMAR, S. (eds.) (2003) *Planet TV: A Global Television Reader*. Nova Iorque: New York University Press
- RAMALHO, C. (2017) *Entrevista a Carlos Ramalho (diretor-geral e diretor de informação e programação da Localvisão TV)*. Castelo Branco: s/publicação
- REBELO, C. (2011) *TV Local, sociedade civil e cidadania: O caso português*. In SARA, P. (org.) *Congresso Nacional "Literacia, Media e Cidadania"*. Braga: Universidade do Minho

- RIBEIRO, L. (2007). *Novos actores no campo da informação de proximidade*. In PINTO, M.; FIDALGO, J. (coords.) *Anuário 2006 – A comunicação e os media em análise*. Braga: Universidade do Minho
- RODRIGUES, A.; DIONÍSIO, E.; NEVES, H. (1982). *Comunicação Social e Jornalismo – 3º volume: Os Media Audiovisuais*. Lisboa: A Regra do Jogo
- SENA, N. (2009) *A evolução da grelha programática pré- e pós Telejornal (1959-2009)*. In LOPES, F. (coord.) *Comunicação e Sociedade, n.º 15*. Braga: Universidade do Minho
- SPÀ, M.; GARITAONANDÍA, C.; LÓPEZ, B. (eds.) (1999) *Televisión de Proximidad en Europa: Experiencias de Descentralización en la Era Digital*. Bellaterra: Universidade Autònoma de Barcelona
- TEVES, V. (1998) *História da Televisão em Portugal: 1955-1979*. Lisboa: TV Guia Editora
- TEVES, V. (2007) *RTP 50 Anos de História*. Lisboa: Rádio e Televisão de Portugal
- TOMÉ, V. (2017) *Entrevista a Vítor Tomé (jornalista, docente da Universidade Autònoma de Lisboa e investigador do Centro de Investigação em Artes e Comunicação – Universidade do Algarve)*. Castelo Branco: s/publicação
- VERÍSSIMO, I. (2012) *TV Local em Portugal: Perspetivas de desenvolvimento da televisão de proximidade no novo cenário digital* (dissertação de mestrado). Lisboa: Universidade Nova de Lisboa

## **Apêndice A: Entrevista a Carlos Ramalho (diretor-geral e diretor de informação e programação da Localvisão TV)**

Natural da freguesia de Anjos, em Vieira do Minho (Braga), Carlos Manuel Rebelo Ramalho é presidente da administração da Canalvisão – Comunicação Multimédia, S.A., empresa proprietária da Localvisão TV, estação nacional de âmbito local e regional de que este é também, desde o seu arranque, diretor-geral e diretor de informação e programação. Formado pelo Instituto Superior de Gestão Bancária, em Lisboa, o porta-voz da LVTV começou por se destacar na área da consultoria para os negócios e gestão. A entrevista presencial foi realizada em Castelo Branco a 20 de fevereiro de 2017.

### **Como apareceu a Localvisão e quais eram os seus propósitos ao apostar numa franja então ainda pouco explorada do mercado audiovisual português?**

Começámos a preparar o projeto em 2007, em pleno *boom* das *web tv's*, quando todos acreditavam que a televisão ia passar para a Internet, que o *on demand* seria o formato adequado de visualização, com conteúdos curtos. Em vez de uma *web tv* por concelho, desenvolvemos uma plataforma, que lançámos em 2008, para podermos ter uma aplicação nacional cuja seleção dos conteúdos era também concelhia<sup>1</sup>. Havia um formato de televisão tradicional, com alinhamento e horários, permitindo ainda a segmentação e o *on demand*. Em paralelo surgiram o MEO e as aplicações na Internet que vieram complementar o sistema tradicional e contrariar as ideias iniciais, criando uma nova forma de ver, embaratecendo o processo de produção, os equipamentos. Deixou de ser um consumo familiar, passando a ser também um consumo individual da televisão e não da Internet.

### **Em Portugal, a segmentação da televisão arrancou com o cabo, sendo evidente o atraso de décadas do audiovisual de proximidade em relação ao resto da Europa. Com circunstâncias ainda adversas às televisões regionais, ao não surgirem concursos públicos de acesso ao éter e ao não estar efetivamente garantido o acesso da oferta local aos operadores por subscrição, como pensam afirmar-se neste setor?**

---

<sup>1</sup> Ainda que o objetivo fosse o de criar 308 canais locais, tantos quanto os concelhos de Portugal, tratava-se de um único portal onde o internauta era direcionado para os conteúdos da zona pretendida.

Elas continuam a não existir. Somos um operador nacional de conteúdos locais, o único que trabalha localmente a informação de proximidade. E não é fácil manter a independência porque não há financiamento privado, as empresas não conseguem sustentar um canal local como em Espanha. Também não há matéria crítica. Portugal é um país pequeno e pobre, onde não é fácil fazer valer projetos desta dimensão, porque têm um custo muito elevado. Se nos mantivemos muito para além das *web tv's* que surgiram, e quase todas já fecharam porque não se conseguem financiar, foi pela dimensão nacional. Se tivéssemos uma perspetiva local e fôssemos a Localvisão de Bragança, já tínhamos fechado. Foi fundamental haverem investidores e conseguirmos ter economia de escala. E como tivemos capacidade de migrar para a televisão tradicional, ganhámos uma dinâmica diferente. Se fôssemos mais uma *web tv* de determinada região, nunca teríamos acesso aos operadores de cabo.

**Como já acontece nas rádios e jornais de proximidade, a fragilidade económica de um projeto destes reduz as defesas contra a manipulação e o controlo políticos.**

Não são tanto a manipulação e o controlo, mas a capacidade em mantê-las. As televisões de proximidade não têm que ser apenas de uma região. Somos o exemplo do contrário, um somatório das diversas regiões. Só assim é possível elas existirem e terem sustentabilidade.

**Para além de analisarem a concorrência e o mercado existentes, quando arrancaram inspiraram-se noutros projetos europeus similares, nomeadamente espanhóis?**

O projeto tentou ser bastante mais arrojado. E estamos a falar da Internet há dez anos. Os espanhóis tinham televisões regionais, um conceito diferente porque também já haviam regiões e estavam divididos política e culturalmente. Aqui somos pequenos demais para ter poucas regiões. Tínhamos o Porto Canal, o único com dimensão regional, mas que como tal não conseguiu subsistir. Abrangia o norte, uma região rica e produtiva, mas transformou-se num canal sustentado pelo Futebol Clube do Porto, porque senão já tinha fechado.

**Com o fim dos desdobramentos regionais e a redução de meios nas delegações, a RTP desinvestiu na proximidade aos cidadãos das zonas periféricas, um dos vossos propósitos. Pretendiam reinventar o modelo público ou criar um alternativo?**

A ideia foi sempre criar um modelo alternativo. Apesar da sede da empresa e dos acionistas serem de Lisboa, nunca lá tivemos uma delegação. As delegações estiveram sempre no interior, porque a necessidade estava aí. Lisboa e Porto têm lá, diariamente, os canais todos. No interior, isso só acontece quando há más notícias. No dia a dia, não está lá ninguém. Essa era a franja de mercado que queríamos aproveitar: aproximarmo-nos das pessoas e dar-lhes voz, um espaço onde se podem ver, comunicar. A única dificuldade é que isto não gera tanto impacto como um escândalo, um acidente. Daí que não seja atrativo. Os canais de televisão, mesmo o público, não deixam de viver da publicidade. E quando têm que competir, têm que procurar também as notícias que geram audiências.

**Essa abordagem também se refletiu no agendamento. Temas à partida não cobertos pelos meios locais passaram a ter maior presença assim que o vídeo, por via da banda larga, permitiu explorar conteúdos que os outros não tinham como mostrar.**

A última década foi uma revolução, não só a nível dos *codecs* de vídeo, mas da Internet e da banda larga. Quando começámos, difícil era criar formatos em dimensão e resolução que permitissem ter qualidade quando fossem vistos no Sabugal ou no centro de Lisboa. Ainda hoje o telemóvel não chega a muitas aldeias, quanto mais uma rede em condições. Mas ao passamos a ter autoestradas, chegamos lá com toda a facilidade. Nós e os outros. Qualquer um pode fazer um vídeo em alta definição e pô-lo na Internet. A dada altura existe tal cacofonia nas plataformas, que a única forma de diferenciação é voltar a pôr tudo onde só alguns têm acesso. E de novo a televisão ganhou espaço. O MEO Kanal, que saiu atrasado, não faz sentido nem teve sucesso. Quem quer um canal condicionado quando tem o mundo inteiro, mais acessível e com melhor qualidade, no YouTube?

**A Localvisão aposta também no conceito de televisão de vizinhança, feita para as pessoas. Nas regiões do interior, como se chega a um público envelhecido e que na sua maioria não tem acesso à Internet nem competências na área da literacia digital?**

Só conseguimos através dos meios tradicionais, desde que passámos a estar no cabo. Pessoas que não viam, começaram a ver o que fazíamos. Se bem que muitas, mesmo sem grandes capacidades informáticas, passaram a utilizar o Facebook, que exploramos bem. Foi uma revolução na divulgação de vídeo. Chegou a muita gente de

idade, sem formação na área. E não sei qual é a nossa maior audiência: se via Facebook, se via televisão tradicional.

**Num país onde a penetração da televisão por subscrição continua a beneficiar o consumo tradicional, e quanto às plataformas, é expectável que a evolução de um canal de televisão de proximidade comece pela Internet, onde estão todos, passando pelo cabo até se implementar no hertziano, a mais exclusiva, mas também acessível, e não ao contrário como acontece com os meios nativos da Internet?**

A maior parte das pessoas vê televisão por subscrição. Temos um índice de penetração elevadíssimo, dos maiores do mundo, até porque não há oferta da TDT. Os operadores encontraram as fórmulas certas para chegar a toda a gente, maioritariamente via IPTV, seja por fibra ou ADSL, cada vez menos por satélite. Se calhar não foi o mais adequado, mas achámos preferível estar em todos eles, prescindindo de receitas de exclusividade. Estando disponíveis, as pessoas veem-nos em quase todo o país, também via Internet.

**A primeira década de atividade da Localvisão pautou-se pelo crescimento rápido do projeto, com a abertura de delegações em todo o país nas quais viriam a trabalhar dezenas de jovens acabados de sair das universidades.**

Quando começámos o projeto, que era inovador, não podíamos contar com pessoas formatadas para modelos antigos. Elas tinham que crescer connosco. Para acabar a licenciatura ou o mestrado, faziam estágio curricular, o que sempre funcionou como método de seleção, e ficávamos com os que tinham interesse. A nosso custo, criámos uma academia interna em que dávamos formação complementar para as necessidades. Tínhamos os profissionais mais competentes a dar formação a outros. Se achávamos que não teriam condições, íamos aconselhando-os a desistir até formarmos as equipas. Tivemos excelentes profissionais que hoje estão na TVI, Porto Canal, RTP, SIC. Pegar nos jovens, acabados de sair das faculdades ou politécnicos, que começavam por um estágio e tinham condições para continuar, foi das nossas mais valias. Não sabiam nada de televisão, mas conseguiam aprender para as novas tecnologias. A sua qualidade e dedicação foi um dos fatores de sucesso. Tivemos investidores que acreditaram no projeto e que meteram nele milhões de euros. Infelizmente a crise rebenta em 2008, quando estávamos no auge. Em 2009 vivíamos à

custa do financiamento dos acionistas e com cada vez mais dificuldade em fazer negócios. Quando passámos para o cabo<sup>2</sup> e tínhamos setenta pessoas, um estudo de mercado dizia que iríamos ter sucesso. Mas de 2012 para 2013 tivemos das maiores quebras no investimento das empresas. Os números dizem que foi na casa dos oito por cento, mas na realidade foi mais de 80 por cento, porque o investimento publicitário é medido em função do preço de tabela, que não existe para ninguém. E tendo canais mais pequenos como o nosso maior dificuldade em chegar a um bolo que afinal não existe, isso levou a uma travagem profunda.

**Na Internet, serviço ou produto costumam anteceder o modelo de negócio. Antes de chegar ao cabo, a Localvisão não exibia publicidade. Recorrerem a plataformas como os autocarros da Rede Expressos foi mais uma forma de testarem o vosso produto?**

Tentámos testar tudo de forma a maximizar a visibilidade. A Rede Expresso foi um bom exemplo, mas com rentabilidade nula. A custo zero, facultávamos o produto à ZON, agora NOS, que tinha um acordo com a Rede Expresso para colocar Internet gratuita nos autocarros e exibir conteúdos nos ecrãs. Fomos um dos parceiros selecionados pela NOS, com quem já havia outro acordo para produzirmos conteúdos semanais com que alimentávamos a rede. Já lá vão cinco anos, e continuam a passar. Como tínhamos dimensão nacional, a segunda fase era criarmos conteúdos geolocalizados para que, à medida que os autocarros se aproximassem de determinadas zonas, fossem exibindo conteúdos adequados à região. Mas a NOS não chegou a desenvolver o conceito, e outra empresa está a pegar de novo no processo. Foi um desafio interessante porque, tirando a RTP, éramos o único parceiro capaz de o fazer dado termos conteúdos próprios e de cada uma das regiões. No videoclube da NOS e da Vodafone criámos também uma espécie de canal com vídeos gratuitos, com dimensão adequada para televisão e o mínimo de quinze minutos. Então as pessoas já podiam ver todas as peças da sua região através do *on demand*. Tanto a NOS como a Vodafone replicaram o nosso modelo na sua plataforma. Tínhamos sete regiões identificadas, e dentro dessas uma classificação própria.

---

<sup>2</sup> Dada a autorização da ERC, e depois de uma emissão inaugural em dezembro de 2012, realizada a partir de Bragança, a estreia oficial em todas as redes de cabo da LVTV – Localvisão TV, agora com nova assinatura e imagem e 18 horas diárias no ar, deu-se a 1 de janeiro de 2013.

**O vosso crescimento foi muito rápido: começaram pelo interior do país, onde estes meios de proximidade, sobretudo audiovisual, sempre estiveram menos presentes ou, no caso da televisão nacional, mais ausentes.**

Só faria sentido se fôssemos diferentes do que já existia ou que veio a surgir. Muitas das pessoas que moram em Lisboa são de Castelo Branco, Guarda, Bragança. Faz todo o sentido que a nossa prioridade seja onde não exista informação. Não vamos apenas comunicar a Bragança o que acontece, mas também para as pessoas que moram fora. O primeiro núcleo a ser lançado foi Bragança, onde já estávamos em testes há um ano. Foi para marcarmos a nossa ideia, dado ser o distrito mais longe de todos e porque até começámos pela Guarda. Semanas depois foi a Guarda, depois abrimos em Castelo Branco. Criámos subdelegações em todos os distritos, mas delegações principais chegámos a ter oito, de forma a cobrirem o continente de modo adequado. Nunca estivemos é nos Açores e na Madeira. Replicámos um modelo interessante em termos de comunicação, posto a votação aquando o referendo da regionalização, à exceção de Castelo Branco e Guarda, que estavam na mesma região.

**Para além do amadurecimento do projeto, esse pioneirismo da Localvisão também permitiu que outras *web tv's* de proximidade aprendessem com a vossa experiência?**

Pela dimensão, onde quer que estivéssemos fomos sempre a referência. Fomos copiados, mas servimos como exemplo e acabámos por durar muito mais que qualquer um. Tirando alguns projetos ligados a instituições como universidades, poucos se mantiveram, não obstante terem tido relativa notoriedade: TV Net, TV Ciência. Mas todos os projetos privados desapareceram, com exceção da Localvisão. Penso que foi pela dimensão, não pelo conteúdo. Todos eles, de alguma forma, procuravam estar próximos do cidadão. Muitas vezes, perderam é essa noção. Então víamos *web's* de determinado concelho a falar sobre temas nacionais. A *web tv* também foi mal trabalhada. Insistiam em fazer alinhamentos, o que não funciona quando o público quer *on demand*. E ninguém vê diretos na Internet.

**Com as dinâmicas geradas localmente pelas vossas equipas de jornalistas, também chegaram a ter noticiários e a produzir outro género de conteúdos<sup>3</sup>.**

Fomos ajustando o projeto ao que o público via. Quando tínhamos duas peças, uma com o relato integral de um jogo e duas mil visualizações, e outra de quinze minutos com vinte mil visualizações, percebemos que valia a pena fazer resumo porque ninguém queria ver o jogo todo. No cabo, achámos que as pessoas queriam ver região a região, mas depois perguntavam-nos porque tinham de esperar tantas horas para ver outra região. Então fizemos uma programação nacional. O jornalismo positivo, os conteúdos e as temáticas são sempre os mesmos, mas em televisão as pessoas são muito tradicionalistas. Querem escolher aquilo que estão habituadas a ver, e não vale a pena tentar fazê-lo de outra forma.

**Ao optarem pelo conceito de jornalismo positivo, poderiam ser acusados de estarem a filtrar a realidade, disfarçando as típicas pressões políticas ou económicas que também existem nos meios pequenos, ou era mais uma estratégia de diferenciação?**

O jornalismo negativo, por contraponto ao positivo, foi sempre tratado por toda a gente. Qualquer canal o faz, e ninguém se incomoda. Mas quando alguém só trata o positivo, surge desconforto e os nossos jornalistas são menos sérios. Não faz sentido. Achámos que o nosso espaço estava no jornalismo positivo. E abriu caminho, mesmo nos canais nacionais, que não deveriam sentir-se influenciados porque éramos pequeninos ante eles. Em Castelo Branco a RTP pegou em reportagens que fizemos, na Guarda a SIC em temas positivos que tínhamos abordado. E hoje é normal os canais nacionais, tirando a CMTV, abordarem questões positivas e procurarem também as boas notícias. Se calhar foi o público, mas contribuímos para mostrar que existia outra forma de notícia para lá da desgraça.

---

<sup>3</sup> Da informação ao desporto, as primeiras delegações destacaram-se pela diversidade de formatos criados. Para além da série documental *Ruas e Canelhos* e dos programas *Interioridades de Sempre*, *Jogo Aberto* e *Um Café Com...*, a colaboração da Localvisão Bragança com outros media da região permitiu-lhe transmitir conteúdos da RBA – Rádio Bragança (*De A a Z*, *Retórica* e *4º Poder*) e da Rádio Zoela (*Espelho Meu*). Castelo Branco apostou nas *Actualidades*, na *Meteorologia* e, replicando o modelo explorado pela equipa da Guarda, no *À Conversa Com*. Seguiu-se Vila Real com a rubrica *Cartaz Cultural*. Já da parceria, entre 2011 e 2013, com o *Ciência@Bragança*, projeto regional de divulgação científica e tecnológica, resultou a produção, a cargo da Redframe Audiovisuais, e disponibilização na Internet de rubricas com experiências científicas e de documentários sobre produtos ou recursos regionais.

**Analisando a grelha de programas da atual Localvisão, o que a diferencia dos canais dos operadores públicos europeus dedicados às regiões como a France 3? No cabo, o Porto Canal e a Regiões TV<sup>4</sup> são os vossos concorrentes mais diretos?**

Há canais regionais, independentemente da France 3, que são generalistas, dão todo o tipo de informação. Se somos o canal de proximidade, devíamos dar todas as notícias. Mas assumimos que só dávamos as boas, porque não valia a pena sermos redundantes em relação aos canais nacionais. Se o primeiro ministro vier a Castelo Branco, traz as televisões todas e não precisamos de estar cá. No dia seguinte podemos perguntar à população o que é que ele trouxe de bom. Este é o nosso conceito de proximidade, o grande diferenciador. O Porto Canal chegou a ser nosso concorrente na região norte. Numa fase inicial é um canal local, de bairro. Compravam espaço para terem lá o casamento e o batizado, as festas sociais de gente conhecida. Quando abrimos no Porto, estiveram no nosso lançamento e dissemos o que íamos fazer. Uma semana depois, o Porto Canal despediu o Bruno Carvalho, nomeou para diretor o Juan Figueroa, e adotaram uma postura diferente. Deixaram de ser o canal da cidade, passaram a ser o canal do norte. Não estão tão próximos dos eventos como nós, mas têm delegações e fazem jornalismo positivo e negativo. São mais o conceito espanhol de um canal regional, porque também tinham investidores espanhóis. É um canal regional que, ao abrir uma delegação em Lisboa, na Lusa, e contratar pessoas de lá, passa a ter notícias nacionais e internacionais, a tentar competir com os canais nacionais. Isso não gerava dinheiro, e tiveram que parar até ao momento em que o Futebol Clube do Porto os compra. Então passou a ter outro tipo de informação, maioritariamente desportiva. O Regiões TV, nunca sentimos a presença deles nem concorrência em lado nenhum. Chegámos a pensar unir esforços, comprar o canal. A TVTel queria ter alguns canais para se diferenciar em relação à TV Cabo. Então criaram a MVM, a Regiões TV. Depois a TV Cabo comprou a rede deles, e não sabiam o que fazer. Têm programas em estúdio, mas falta-lhes expressão.

---

<sup>4</sup> À data da entrevista a RTV, propriedade da NexTV e que agora se apresenta como “a televisão do agronegócio”, mantinha ainda o perfil de proximidade. A designação de Regiões TV fora adotada em 2008, após a TV Cabo ter adquirido a TVTel, onde o canal se estreara como RNTV – Região Norte TV.

**Com a internacionalização em curso e a necessidade de repensar, de forma pragmática, o modelo de gestão da Localvisão, a administração do canal tem por fim condições para recuperar o investimento feito e atingir o equilíbrio financeiro?**

Se não fossemos pragmáticos tínhamos fechado, e assim conseguimos manter. Houve acionistas que meteram cá muito dinheiro, dois milhões de euros. Não entrou tanto, porque houve também financiamento bancário, que ainda estamos a pagar. Quase uma década depois, ainda não atingimos o *break-even*, esperamos consegui-lo este ano. Para cobrirmos as despesas com as receitas do mês, a internacionalização é muito importante. Em 2013 tivemos de redimensionar o projeto, que ser realistas e travar a fundo com as borlas. Não pudemos continuar a aguentar um modelo de negócio que não funcionava, porque o mercado se alterou completamente e já não o sustentava. Quando temos canais como o AXN ou a FOX, que ganham boa audiência porque são importantes e têm publicidade muito barata também devido aos baixos custos de funcionamento, não conseguimos competir com eles. Por razões económicas e para responder aos pedidos dos telespetadores, tivemos que alterar a grelha de programação, deixar de a fazer por regiões, repetir mais conteúdos, reduzir a produção. É o percurso inverso: dizemos aos parceiros que produzem que temos espaço. O espaço no cabo é cada vez mais raro, não há canais novos. Portanto, podemos partilhar espaço, ter receitas comuns, criar negócio para todos.

**Não antevê um futuro fácil para os canais de proximidade de âmbito privado. Ou seja, paradoxalmente as televisões procuram prosperar na Internet, quando afinal mercado e receitas potenciais se concentram ainda nas plataformas tradicionais.**

Não se conseguem rentabilizar conteúdos na Internet. Tudo o que lá está tem que ser gratuito, ou quase. Ninguém subsiste quando falamos de cêntimos por um conteúdo que custa centenas de euros a produzir, a não ser que tenha outra fonte de financiamento. Os mesmos conteúdos, colocados numa plataforma convencional, trazem outro tipo de investidores e clientes, outra notoriedade. O trabalho e o custo são os mesmos. A Internet perdeu para a televisão, porque esta também se reorganizou na forma de oferecer conteúdos. Passou a ter mais oferta, podemos gravar e recuar nas emissões. A experiência televisiva não tem nada a ver com a de há oito anos atrás, em que era caro e víamos o que nos era apresentado. Hoje é cada vez

mais barato e a oferta muito maior. Não vão existir mais canais, a não ser com temáticas especiais, e a tendência será diminuir. Daí a reaproximação a potenciais produtores que queiram rentabilizar conteúdos utilizando a nossa plataforma nacional e internacionalmente.

**A rentabilização de certas franjas horárias, com espaços dedicados à astrologia ou às confissões religiosas, também se tornou comum em canais portugueses no cabo. A Regiões TV cede a antena uma *web tv*, vocês à Sol e Toiros TV ou à TV Enfermagem<sup>5</sup>.**

A Sol e Toiros TV tem qualquer coisa no MEO Kanal, mas é um produtor de conteúdos. A TV Enfermagem criou um programa específico para o cabo. São magazines criados para passarem na Localvisão, não têm a ver com programas de *web tv*.

**Antes de serem adquiridas pela TV Cabo, e dando azo ao que a Lei do Audiovisual já permitia, operadoras da zona centro tinham um canal onde a emissão, repartida em franjas horárias, era assegurada por várias *web tv's* e por um jornal da região<sup>6</sup>.**

Isso é difícil, porque a responsabilidade editorial é do operador. Sou responsável por todo o conteúdo que passar na Localvisão. Temos direitos de autor, a franja etária, as horas, a publicidade a bebidas alcoólicas. Cedemos é um espaço para que cada um possa dar informação específica, sempre salvaguardando a linha do canal. Obviamente que nunca faremos um acordo com quem coloque notícias negativas e fuja à proposta editorial aprovada pela ERC<sup>7</sup>. Fizemos um protocolo com a autarquia de Lisboa<sup>8</sup>, que não chegou a vias de facto, mas não tinha mal porque haviam zero trocas financeiras. A única coisa que nos propusemos foi publicar avisos aos municípios sempre que os quisessem mandar. Não pagavam nem queríamos dinheiro deles. Se tivessem

---

<sup>5</sup> O magazine homónimo da TV Enfermagem chegou à Localvisão em 2013. Dois anos depois, estreia-se no canal o espaço de atualidade tauromáquica *Sol e Toiros*, produzido pela Imaginação a Gosto.

<sup>6</sup> Tratou-se do Canal 6, produzido pela Pluricanal Leiria e Pluricanal Santarém até à aquisição destas, em 2008, pela ZON Multimedia. Montra de serviços das operadoras da zona centro, a estação de divulgação regional emitia conteúdos da Oeste TV, TV Tejo, TV Ciência, TV4, TV Fátima e Torres TV.

<sup>7</sup> Veja-se a deliberação sobre o pedido da Canalvisão onde, para lá do projeto técnico e do estudo de viabilidade económica, consta o estatuto editorial com a orientação e os objetivos da Localvisão.

<sup>8</sup> Posta em causa a independência editorial da Localvisão, noutra deliberação o regulador manifestava grandes reservas quanto ao acordo com a autarquia lisboeta, entretanto denunciado pela Canalvisão.

documentários criados pelo gabinete de comunicação, preparávamos para exibir. Aquilo foi mal entendido, como se a Localvisão passasse a ser o canal da câmara e fôssemos transmitir entrevistas com o então presidente António Costa. Ficou estabelecido que só iríamos passar material promocional, e que tudo o que fosse político seria colocado de fora. Claro que quando há a inauguração de um fontenário e vai lá o presidente de câmara, não podemos deixar de o entrevistar. Na proximidade, qualquer entidade gestora é central. Aparecem muitas vezes porque estão na base da maioria dos eventos positivos – se calhar, também dos negativos – que acontecem nos concelhos, e nós somos também canais de promoção, divulgadores do que acontece. O nosso negócio com algumas autarquias é vender-lhes conteúdos para arquivo. No final do ano, reunimos em DVD um conjunto de peças e vendemos-lhas para se documentarem. Se é o caso de Bragança, cobrimos tudo porque nos compram os conteúdos e querem guardar tudo o que acontece lá. Se for Idanha-a-Nova, que já só quer alguns conteúdos, a agenda é repartida, fazemos uma segmentação. Apesar de sermos editorialmente independentes, não quer dizer que não sejamos financeiramente dependentes. Todos os órgãos de comunicação social vivem da publicidade, precisam de dinheiro para sobreviver. E as empresas ou o Estado têm que os alimentar, à exceção da RTP, a quem o país financia metade das receitas.

**Já na parceria com a Federação Portuguesa de Orientação, ao fornecerem conteúdos à RTP quase se tornaram uma produtora<sup>9</sup>, beneficiando do facto de terem talvez mais gente espalhada pelo país que todas as delegações das televisões nacionais.**

É. Só que os canais nacionais, nomeadamente a RTP, têm sempre algum comichão em relação a produtores externos. Deontologicamente podem dizer que são mais isentos, mas os nossos jornalistas são tão credenciados quanto os deles. Alguns até já

---

<sup>9</sup> Do protocolo de 2011 resultou a produção do magazine *O-tv*, espaço mensal de 15 minutos que, por acordo com a televisão pública, viria a ser emitido na RTP 2. Segundo o documento ratificado entre a Localvisão e a promotora da modalidade, e ainda que os clubes organizadores dos eventos não tivessem custos no processo, estes deveriam apoiar o canal na logística e “na procura de apoios financeiros que possibilitem custear as despesas com a produção”, nomeadamente fazendo-o junto das autarquias e de “outros eventuais interessados em publicidade nos magazines”. Também no segundo canal da RTP, em 2014 seguia-se a estreia do *Magazine de Trial e Navegação 4X4*, cuja produção estava a cargo da Redframe Audiovisuais, produtora associada da Localvisão.

trabalharam connosco. Há sempre uma proteção interna daqueles que são ou que já foram empregados.

**Em termos de missão e público-alvo, não poderiam haver pontos de convergência entre vocês e a RTP, ainda que sejam um operador privado? Para lá da discórdia e críticas, até começaram por usar valências públicas no arranque em Bragança<sup>10</sup>.**

Não existem, por culpa da RTP ou de outros operadores. A SIC já teve no noticiário imagens nossas, A RTP e a TVI já abriram com imagens nossas. Sempre que é possível alguma cooperação, de interesse deles, nós fazemos. Quando é o inverso, não é fácil conseguir esse tipo de cooperação. O que é pena porque, já estivemos em mais, mas continuamos mais próximos de muitos locais que qualquer um deles. E mais rapidamente chegava lá um jornalista nosso do que eles chegam se não estiverem lá. Tirando a RTP, que ainda tem alguma, todos os outros não têm nenhuma capilaridade. Talvez por virmos da *web*, nunca fomos levados a sério como jornalistas e operador. E apesar de estarmos no cabo há quatro anos, ainda olham para nós de forma diferente. Pela dimensão, hoje o Porto Canal já conseguiu impor-se, já consegue que os seus jornalistas sejam levados a sério. Na maior parte dos locais ainda não somos levados a sério, apesar de os nossos profissionais não serem piores do que muitos deles e fazerem até um melhor trabalho. Como somos de segunda, o nosso trabalho não é suficiente para que possam utilizá-lo.

**Para lá do jornalismo feito na província ser visto ainda como um jornalismo de segunda, em 2007, num debate com as primeiras *web tv's* perguntava-se como um setor, não organizado formalmente, pode ter viabilidade económica. Em termos legais, pouco mais se podia fazer que o registo na ERC do órgão de comunicação.**

O problema é que na *web* ainda ninguém descobriu como rentabilizar os conteúdos. Fomos a primeira *web* a registar-se, a acordar com a Sociedade Portuguesa de Autores o pagar direitos para podermos usar as bandas musicais. Fomos pioneiros porque queríamos ser levados a sério e tínhamos um projeto em que acreditávamos. E sempre

---

<sup>10</sup> Ante o desagrado de jornais e rádios locais com o uso dado ao Cybercentro de Bragança, o assunto foi discutido nas reuniões ordinárias da autarquia, gestora do espaço onde se instalara a Localvisão.

fizemos televisão como os outros canais. Usámos o mesmo tipo de câmaras, jornalistas credenciados, o mesmo formato, exceto a plataforma de emissão.

**Nesta terceira fase, ao entrarem nos operadores de cabo de outros países, olham para o mercado da saúde, sabendo que os emigrantes têm também novos hábitos de consumo de conteúdos hoje difundidos maioritariamente nas redes sociais.**

O crescimento tem que ter retorno financeiro, é fundamental em termos de subsistência. Mas se temos mais custos ao estar numa plataforma como é o cabo, mudar para o estrangeiro também é importante em termos de imagem, de maior reconhecimento. E interessante quando temos operadores que gostam do que veem e acham que existe uma franja de mercado que os leve a investir. Apesar de termos abandonado a plataforma inicial, que foi cara mas já não fazia sentido, e de aplicarmos o esforço *web* nas redes sociais, que ganharam um peso fortíssimo e já chegam ao mercado da saúde, uma coisa é ver um vídeo, outra é ver na televisão a terra e as pessoas que se conhece. Desde agosto, quando a Orange<sup>11</sup> nos integrou no pacote lusófono, foi sempre a crescer em assinantes. E já lançaram uma campanha interna de promoção do canal. O contrato de exclusividade terminou no final de 2016, e temos abertura para negociar: em França são a SFR e outra, na Alemanha dois operadores, mais um na Suíça, outro na Bélgica. E a Orange pensa estender a distribuição ao Luxemburgo e a Andorra<sup>12</sup>. Os alemães não têm nenhum pacote português, e vão incluir RTP Internacional, SIC Internacional, CMTV, Benfica TV, Canal Q e Localvisão.

**Estando na mesma plataforma, competem em igualdade de circunstâncias, mas não de recursos e meios. Esse é já um argumento válido ante público e anunciantes?**

Os anunciantes sim, porque começam a analisar qual é o público. Além de terem a publicidade muito barata, com o mesmo orçamento conseguem diversificar muito mais. E são mais objetivos, sabem qual é o público ao qual querem chegar. Se quiserem o que vê a Localvisão, vão procurar-nos. Antigamente, os meios davam informação aos anunciantes. Hoje, os anunciantes dão informação aos meios.

---

<sup>11</sup> Nesta plataforma francesa, a RTP Internacional encontra-se no pacote base.

<sup>12</sup> As versões internacionais da RTP, SIC e TVI estão também disponíveis na TDT do principado.

**O vosso conceito é o de televisão de vizinhança, mas chegar a mais países implica maior proximidade a esses mercados, tal como a RTP Internacional faz nos magazines com conteúdos produzidos nas comunidades portuguesas pelo mundo.**

É nossa intenção criar parcerias com operadores já instalados, como a Lusopress TV<sup>13</sup>. Através da Localvisão ganharam uma dimensão diferente porque estão noutras plataformas. Podem sem necessidade de estruturas, podem usar-nos para chegar ao cabo, e nós diversificar a nossa informação, se calhar ganhando algum dinheiro com isso, e assim chegarmos também à comunidade que se pode querer ver na televisão.

**Este “Portugal visto de perto” só começou a ser levado a sério quando criaram uma delegação em Lisboa. Com o sinal a ser distribuído a partir do centro de produção multimédia de Bragança, a arquitetura técnica da Localvisão também teve que mudar. A emissão fornecida aos operadores nacionais e internacionais é a mesma?**

Temos uma delegação na região de Lisboa, só que estava no Cadaval. Cada núcleo produzia e injetava na plataforma autonomamente. Agora a decisão é centralizada, e muitas vezes a delegação da Guarda já faz Castelo Branco, Bragança faz Vila Real. Por forma a maximizar recursos, há um cruzamento das equipas, a emissão passa a ser nacional e não pensada regionalmente. Os conteúdos são sempre de proximidade, mas geridos de forma nacional. Emitimos em HD e em SD, mas é sempre um sinal único.

**Em Portugal, ainda é possível que a televisão de proximidade se estratifique por completo, ou chegar à TDT é uma impossibilidade de ordem técnica e económica?**

Nem sequer é um objetivo. Há dez por cento dos portugueses que utilizam a TDT, e se calhar nem são os mais interessantes em termos de audiência. Estar nos quatro operadores sim, porque aí chegamos a noventa por cento da população.

**Seria decerto importante para a evolução do setor, mas lá estão as condicionantes de sempre: o panorama legislativo, político, económico e até social que não favorece nem cria condições para o surgimento e manutenção das televisões regionais.**

---

<sup>13</sup> Com sede em Paris, o meio de comunicação privado, criado em 2005 e direcionado para a diáspora lusófona, contempla uma *web tv* e a revista mensal Lusopress.

Falar de canais estritamente regionais não faz sentido. O país é demasiado pequeno económica e geograficamente, o interior não tem população suficiente. Mas faz sentido ter capilaridade num canal nacional como o nosso, que consiga dar voz a todas as regiões e ter conteúdos locais. Não dá um canal para cada um, mas dá um canal para todos. O problema é a subsistência, os custos cada vez maiores. Vinte e quatro horas é muito tempo para dar, em permanência, notícias de dois minutos. O canal é apenas uma forma de colocar lá o conteúdo, que pode estar cada vez mais próximo do cidadão.

## **Apêndice B: Entrevista a José Manuel Barata-Feyo (jornalista e ex-coordenador do Centro de Emissão Regional de Castelo Branco da RTP)**

Natural da Soalheira (Fundão) e licenciado em Filosofia pela Universidade Paris Nanterre, José Manuel Barata Feio Gaspar iniciou-se no jornalismo em 1969 no International Herald Tribune. Depois de trabalhar no New York Times News Service e na Radio France International, em 1978 o correspondente da ANOP – Agência Noticiosa Portuguesa passa a colaborar com o *Informação 2* da RTP, sendo posteriormente subdiretor de informação do segundo canal. Entre 1981 e 1984 coordena a *Grande Reportagem*, fundando após a sua suspensão, e com alguns colaboradores do programa, a revista homónima. Regressa à televisão pública como chefe de redação, apostando nos formatos *Portugal Sem Fim*, *Reportagem Atual*, *Sinais do Tempo* e *Enviado Especial*. Entre 1995 e 1998 foi subdiretor de atualidades na RTP1 e RTP 2. Fez parte da direção de informação que lançou o Centro de Emissão Regional de Castelo Branco, o qual viria a coordenar em 1999 e 2000, abandonando a RTP três anos depois. Da sua bibliografia destacam-se *Angola: A Guerra dos Robinson* (1985), *RTP: O Fim Anunciado* (2002) e *Grande Reportagem* (2006), tendo traduzido *Informação, Manipulação* (1991), de Alain Woodrow. A entrevista presencial foi realizada em São Fiel (Louriçal do Campo) a 2 de dezembro de 2017.

**Quando a RTP, presidida por Brandão de Brito e com Joaquim Furtado na direção de informação, se estreia nos desdobramentos regionais, como foi trabalhado o modelo há muito adotado pela maioria dos operadores públicos europeus?**

A principal diferença entre 1997 e os anos anteriores é que entrou na RTP quem defendesse ser indispensável a informação regional, designadamente eu. Por causa dos custos e do modelo do estatuto, não se encontrava maneira de o fazer sem a concordância do Governo. Até ao António Guterres, os governos nunca tiveram sensibilidade para isso, altura em que alguém percebeu que tinha todo o cabimento e se deu luz verde à proposta<sup>14</sup>. Em termos de infraestruturas eram precisas delegações,

---

<sup>14</sup> Considerando que a informação regional produzida pelas delegações, “a transmitir em simultâneo apenas às respetivas zonas de cobertura”, conferia à RTP “um potencial de descentralização privilegiado”, refletindo de melhor forma as “idiossincrasias locais”, em 1999 um despacho da tutela autorizava o desdobramento das emissões “por um período diário não superior a sessenta minutos”.

estúdios, alargar o quadro de jornalistas. Foi um investimento pesado, mas possível porque fazia sentido que houvesse informação regional em Portugal.

**Os primeiros anos de informação na SIC pautaram-se pela abertura desta ao país real e por uma maior presença do cidadão. A falta de capilaridade entre centros de produção e de delegações regionais para melhor cobrir o território continental não denotavam a dificuldade da RTP em criar uma cultura de serviço público?**

Há vinte ou trinta anos, toda a Europa já tinha percebido que era necessário fazer informação de proximidade. O aparecimento das emissões regionais não foi uma resposta à implantação da SIC no país. A RTP ainda tinha noção das suas obrigações de serviço público, estipuladas nos contratos de concessão, mas que falham sempre na aplicação no terreno. Para além disso já ter sido feito em imensas televisões, estes programas correspondiam ao que o Nunes Correia, quando foi professor e antes de ser membro do governo do Sócrates, definiu como uma necessidade das populações afastadas dos centros de decisão. Numa época em que só existe aquilo que se mostra, há um problema de autoestima que se prende com o despovoamento do interior, e que só se resolve dando visibilidade aos anseios e realizações das pessoas. A única receita para fazer isso é a informação regional.

**Na linha dos trabalhos que fez para programas como o *Grande Reportagem*, e ante a perspetiva que a RTP tinha do país real, ficou ainda mais claro que, sobretudo numa televisão de proximidade, o jornalista precisa de ser o advogado do cidadão?**

Essa é a primeira missão do jornalista, ser advogado do cidadão. Claro que não são os jornalistas que determinam a linha editorial de um programa. Mas os que trabalharam comigo tinham uma percepção aguda do que devia ser o serviço público de televisão, ainda que muitas vezes se tivesse que fazê-lo contra a RTP, porque esta não apoiava os projetos ou colocava o máximo de entraves. Havia uma sensibilidade muito grande na redação para os problemas do país real, que nunca eram abordados e mereciam tratamento de fundo. Na *Grande Reportagem*, que devia ser um programa vocacionado para as realidades no estrangeiro, a RTP corria menos o risco de abordarmos problemas com ligação política ao governo que lá colocara a administração. Podíamos apontar o dedo a todos os buracos no estrangeiro, mas não convinha apontá-lo aos que existiam em Portugal.

**Quando a RTP aposta nas emissões regionais, posicionamento e capacidade instalada eram os adequados para o operador público conseguir compensar os anos de atraso?**

A questão do atraso nunca se colocou. Como sempre na RTP, as coisas começam no dia em que se pensa nelas e se começam a executar. A criação de emissões regionais implicava um investimento financeiro muito grande, relacionado com os recursos humanos, sobretudo jornalistas, mas também eram precisos câmaras, chefes técnicos de produção, secretárias de redação. Antes as delegações funcionavam de modo caricatural. Poucas vezes se sentiam motivadas a propor reportagens, porque metia muito sexo, sangue ou violência, e aí o *Telejornal* utilizava-as ou não as queria. O *País*, *País*<sup>15</sup> era uma espécie de telejornal dos pobres com a informação produzida pelas delegações, que as regiões não viam. O critério editorial era o de Lisboa, que passava um amontoado de informações daqui e acolá. Alguém da Beira Baixa iria a correr ver o programa, quando podia não haver uma única notícia da região? Ainda hoje não serve para nada. Não tem nada a ver com um jornal regional, onde é garantido que todos os dias, à mesma hora, as pessoas têm notícias sobre a sua região.

**A inserção de peças e reportagens sobre o país todo num mesmo bloco pode justificar a duração dos telejornais em Portugal? Se essa informação fosse repartida nos desdobramentos, a grelha teria mais arrumação e estes uma duração inferior.**

Esse é outro fenómeno, da RTP a correr atrás das comerciais, que perceberam que as pessoas querem informação. E querendo informação, os telejornais têm muita audiência. Portanto, o que se faz é esticar o *Telejornal*, que neste momento tem uma hora, às vezes mais. Se forem coerentes com a sua lógica, as televisões generalistas farão informação em permanência. No dia em que um telejornal tiver tanto tempo, as pessoas deixarão de o ver.

**Para além da deslocalização de funcionários e meios para as delegações, procuraram referências nesta matéria em congéneres europeias como a TVE ou a France 3?**

---

<sup>15</sup> Estreado em 1978, o espaço de informação regional de grande audiência apresentou-se ao longo das primeiras duas décadas em vários formatos (diário, magazine), designações (*Teleregiões*, *País Real*, *País Regiões*, *Regiões*), horários (início ou final da tarde) e canais (RTP 1 e RTP 2). A partir de 1997, e até ao abandono dos desdobramentos, o programa de âmbito nacional passa a anteceder as emissões locais, contando à mesma com o contributo das delegações e centros regionais.

Os casos das televisões públicas espanhola ou francesa são conhecidos. No plano editorial, o único ensinamento dessas experiências era que se tinha de fazer informação regional. Mais complicada foi a execução prática desse princípio, tentar conciliar as regiões onde se iria fazer informação de proximidade com as necessidades que se impunham, desde estúdios com condições mínimas de iluminação e insonorização à transmissão da imagem. A questão dos quadros humanos foi resolvida através da abertura de concursos para preencher os centros regionais de emissão com jornalistas e câmaras. Das redações centrais saíram apenas os coordenadores. Teoricamente, era um jornalista sénior que devia ter sido nomeado em função de critérios de competência e que, como tudo o resto na televisão, o foi quase sempre em função de critérios de compadrio político ou de compadrio *tout court*.

**A autarquia cedeu as instalações, mas assuntos como a obrigação da RTP em vender a rede própria de transmissores à PT atrasaram a abertura do centro de emissão regional de Castelo Branco<sup>16</sup>. Sacrifício aos interesses privados que estaria na origem do seu declínio estrutural, como defende em *RTP: O Fim Anunciado*.**

Nunca estive por dentro dessas negociações, nem ligado à parte técnica das emissões regionais. Houve certamente conversas entre a Direção de Informação, a Direção Técnica e a Administração<sup>17</sup>. Não me competia resolver problemas de feixes, satélites ou instalações. Para isso havia serviços a que eu chamava a intendência. A principal função da Direção de Informação e da Direção de Programas seria criar as condições necessárias para que chegassem ao telespetador os conteúdos mais adequados a um serviço público de televisão.

**Em 1999 José Sócrates era ministro adjunto do primeiro-ministro António Guterres, duas forças políticas do interior. O mapa da regionalização fora chumbado um ano antes em referendo, mas seria replicado numa janela informativa que cobria à mesma os distritos de Castelo Branco e Guarda, e alguns concelhos de Portalegre.**

---

<sup>16</sup> Dois anos depois do arranque dos desdobramentos na RTP 1, o sinal de Castelo Branco juntava-se ao dos centros de produção e de emissão regional de Lisboa, Porto, Coimbra, Bragança, Évora e Faro.

<sup>17</sup> Enquanto que Brandão de Brito presidia ao Conselho de Administração da RTP, João Grego Esteves era o responsável máximo pela informação nos canais da televisão pública.

Seria criminoso regionalizar um país que é já uma região, a não ser quanto à multiplicação das possibilidades de atribuir tachos a mais *boys*. Fomos vítimas disso, porque era suposto Castelo Branco cobrir uma área que correspondia à chamada Beira Interior. Não havendo autoestradas, uma equipa que saísse para um acontecimento em Freixo de Espada à Cinta gastava o dia inteiro. Demorava horas a chegar, e o resto do tempo para regressar e montar o trabalho. Não íamos lá porque era impossível. Foi uma imposição de decisores políticos em Lisboa, sem a mínima noção das coisas no terreno. O que poderia haver de semelhante entre a realidade vivida em Freixo de Espada à Cinta e a de Nisa? Nada, a não ser a definição arbitrária de uma fronteira que não correspondia a coisa nenhuma, nem no plano cultural. Freixo de Espada à Cinta queixava-se que não podia ver notícias suas no jornal regional. Sugeri-lhes que protestassem ao máximo, e que a cobertura passasse a ser feita pelo centro de emissão regional mais perto, Bragança ou Vila Real, o que aconteceu.

**Motivos políticos terão justificado a localização e a área de cobertura do centro de emissão regional de Castelo Branco, e não, segundo dizia a administração da RTP, razões de ordem técnica como a facilidade de distribuição do sinal?**

Não foram certamente problemas ou facilidades de ordem técnica que levaram a que os centros de emissão regional fizessem a cobertura da região tal como ela estava prevista no processo da regionalização. Para além de dar corpo à ideia inicial, ao fazer informação de proximidade de acordo com essas “fronteiras” pretendeu-se dar alguma substância às regiões que estavam previstas. Creio que as questões de ordem técnica estiveram muito mais subordinadas a esse princípio político do que o contrário.

**Para além de mostrar o quotidiano, da *Grande Reportagem* trazia a tradição de, nas palavras do Rui Araújo<sup>18</sup>, difundir “uma cultura de cidadania”. Quando passa a coordenar aquele que queria que fosse o melhor centro de emissão regional do país, solicitou a colaboração das entidades locais, mas também o direito à crítica e ao distanciamento em relação aos lóbis. Havia por fim condições para fazer história, não só com as más notícias sobre o interior?**

---

<sup>18</sup> O grande repórter da TVI fez parte da equipa da *Grande Reportagem*. Em 1983 produziu o primeiro trabalho sobre a guerra civil em Timor, de onde se aferiu a responsabilidade do governo português na invasão indonésia. Reportagem sem a qual, segundo Barata-Feyo, Timor não seria independente.

No centro de emissão regional de Castelo Branco havia cinco ou seis equipas de reportagem, um chefe técnico de produção, uma secretária e o coordenador, o que dava quinze pessoas no máximo. Quando lá cheguei constatei que os jornalistas e câmaras que tinham entrado para a RTP não tinham o mínimo de formação técnica e profissional para fazerem um jornalismo de qualidade. Eu não aceitava vir fazer uma espécie de sub-jornalismo para uma sub-região composta por cidadãos de segunda, e uma das condições que pus foi que dessem formação à redação em várias áreas. No plano editorial, o Rui Araújo esteve durante um mês ou dois com os jovens jornalistas. De Lisboa vieram alguns câmaras da RTP com muita experiência, e até a chefe da maquilhagem. A apresentadora do jornal era pintada como uma rapariga da aldeia dos anos 50 para ir ao bailarico de fim de semana por uma pessoa de Castelo Branco com enorme mérito e boa vontade, mas sem a mínima ideia do que devia ser a maquilhagem num programa de informação. Para não fazermos um arremedo de *Telejornal*, vieram ensinar as colaboradoras da senhora a maquilhar e a pentear um jornalista, que não é artista de circo.

**O entusiasmo inicial foi visível nas primeiras peças e reportagens que passaram em noticiários dos canais nacionais e internacionais da RTP. Para além da formação e da experiência, tão importantes a nível local, faltava criar-se a cultura da casa?**

A cultura da casa fazia-se sempre através do programa. Na RTP, a *Grande Reportagem* foi talvez o primeiro e mais emblemático em que as pessoas queriam fazer melhor do que as outras equipas. E isso era uma cultura de equipa, porque a da casa, sobretudo numa situação de monopólio, não quer dizer nada. Com as privadas também não houve uma cultura de serviço público. A concorrência era entre programas. Quando cheguei ao centro regional de Castelo Branco, reuni a redação e disse que não íamos fazer nenhuma das asneiras que se fazem em Lisboa. Íamos fazer muito melhor do que os outros centros de emissão e que todos os jornais diários da RTP. Daí uma série de barbaridades que nunca vê quando a peça é feita por um dos jornalistas que saiu de Castelo Branco. Coisas tão simples como a câmara estar num tripé ou ao ombro e a imagem ter que estar fixa. Era proibido aquilo a que eu chamava plano egípcio, alguém a falar com o jornalista e o que se vê é um olho, um nariz e metade da boca, como nos hieróglifos. Ao entrevistar pessoas na rua coloca-se metade à esquerda, metade à

direita, senão temos saltos no ecrã. Estou a falar de coisas básicas, que ainda não são respeitadas nos jornais diários da maioria das televisões. A câmara anda à solta e é uma rebaldaria. Veja um jornal da BBC e percebe logo a diferença.

**Em 2000, a emissão do *País Regiões* passa de 13 para 25 minutos<sup>19</sup>. De que forma encarou o desafio de produzir meia hora de informação local cinco dias por semana?**

Com cinco ou seis equipas conseguimos fazer um jornal de 25 minutos. O problema está é na capacidade de chefia e direção que sempre faltou na RTP. Bem dirigidas, eram mais que suficientes, até porque este não era só feito por equipas. Não tínhamos que fazer 25 minutos de informação toda filmada e produzida no exterior. Entendi que devia ser feito um jornal aberto, que dava espaço às primeiras páginas dos jornais regionais, com intervenção dos diretores no estúdio, outra coisa que os outros centros não faziam. Quando muito, gravavam e metiam no ar como se o pivô não tivesse tanta ou mais capacidade que o apresentador do *Telejornal* para entrevistar em direto. O elemento essencial era a motivação dos jornalistas. Estavam a fazer a melhor informação regional do país, melhor que o *Telejornal*. Às vezes estoirados, com filmagens esgotantes no terreno. Nunca houve um que tivesse levantado a mínima objeção para ainda ir fazer mais uma coisa se necessário fosse. Envergaram a camisola e rapidamente tiveram *feedback*. Depois também viam o que os outros centros de emissão e o *Telejornal* estavam a fazer todos os dias. Aperceberam-se que ultrapassámos toda a gente num instante, e isso também é mérito deles.

**Com a desmultiplicação de realidades no ecrã, as regiões adquiriram outra imagem de si próprias. E estávamos num país sedento de assistir na RTP 1 à “missa das sete”.**

Isso era uma expressão utilizada em França, *la grand-messe du 20 heures*, que era a hora do telejornal. Eu não tinha perceção do que acontecia no país todo, mas aqui foi um fenómeno único. Foi das vezes em que fiz jornalismo que senti isso como mais gratificante. As pessoas diziam na rua: vamos ver o nosso jornal. E paravam nos cafés às sete e meia. Houve aqui uma adesão enorme à informação regional, pelas razões da autoestima, de as pessoas da Beira poderem ser notícia sem ser pelas piores razões.

---

<sup>19</sup> Nesse ano, a hora prévia ao *Telejornal* era preenchida com o *País País*, súpula nacional para a qual também contribuía RTP Açores e RTP Madeira, seguindo-se o desdobramento regional.

Daí que a RTP nunca tenha querido medir oficialmente as audiências dos jornais regionais, porque ultrapassavam de longe o *Telejornal*. E a história de que o jornalista é o advogado do cidadão resultou em muitas idas à redação para ver se esta resolvia o problema. Dia sim, dia não, ia lá alguém queixar-se. Um senhor, já com alguma idade, veio com a mulher de uma aldeia aqui à volta. Tinham ido de camioneta a Castelo Branco porque um deles tinha um problema e o hospital não resolvia. Falaram com o Rui Araújo, que achou aquilo inaceitável. Ele telefonou para administração do hospital e disse: estou a ver se evito fazer uma reportagem sobre o caso. Confirmam, desmentem, ou mando aí uma equipa? O que se mandou foi o senhor, e trataram dele como devia ser. Quando o casal se foi embora, o homem tirou a carteira do bolso e perguntou ao Rui Araújo quanto lhe devia. É uma coisa incrível, emblemática, a injustiça que essas pessoas sentiam, e contra a qual não se revoltavam porque achavam que aquilo a que tinham direito era tão inconcebível que tinha que se pagar. Pensar que depois de uma intervenção da televisão por fim vão cuidar de um cidadão, e que ele tenta pagar o que era só um serviço público ilustra bem o estado em que o país estava e ainda está.

**Enquanto que o cidadão foi tomando consciência dos seus direitos, já os jornalistas preocupam-se com as pressões ou lóbis, que em meios pequenos são menos subtis.**

Aqui nunca houve uma única tentativa de pressão sobre mim. Não sei se tentaram pressionar algum jornalista, mas também não adiantava porque o jornal era decidido em reuniões de direção. Se eu sentisse que numa história havia qualquer coisa que não cheirava bem, o jornalista tinha que explicar porque é que estava a propor aquele assunto, que depois era feito ou não em função de critérios editoriais e não políticos. O problema das pressões nos meios pequenos está muito presente, sobretudo havendo jornalistas que vivem na região, têm cá a mulher a trabalhar e os filhos. Quando cheguei ficou logo claro que não estávamos aqui para ir atrás dos autarcas. Nós trabalhávamos com eles como com qualquer outro organismo público que pudesse dar-nos informação útil para ser transmitida.

**Em 2002, sendo titular da pasta da comunicação social o ministro da presidência Nuno Morais Sarmiento, a RTP abandona as emissões desdobradas, então difundidas ao início da tarde. Como encarou este recuo num formato que não seria retomado?**

Foi a demonstração clara de que muitas vezes o Terreiro do Paço é ocupado por pessoas com uma visão tacanha daquilo que Portugal é e ainda representa, da sua missão e história, com inexperiência total para governar e grande falta de sentido de serviço público. O Durão Barroso chega a primeiro-ministro, e resolveu acabar com a informação regional, o que é revelador da impunidade dos crimes políticos. Foi uma punhalada no país, em tudo aquilo que se tinha conseguido conquistar, a autoestima, o legítimo direito das pessoas a gostarem da região onde vivem, que é também uma maneira de as fixar. Se a região não existe porque não é mostrada, elas vão-se embora. O Morais Sarmiento criou uma comissão e meteu no lixo os pareceres. Foi apenas para tentar legitimar na opinião pública que havia ali pessoas de horizontes diferentes. A maioria dos que lá estiveram disseram pessoalmente que tudo aquilo que tinham recomendado não foi feito. Depois cria para a RTP 2 o modelo da sociedade civil<sup>20</sup>, e declara que todas as televisões o irão copiar. O modelo, tal como ele o fez, falhou completamente. Na Europa não há uma única televisão que o tenha comprado.

**Estando ainda à frente do centro regional de Castelo Branco, e para além das peças e reportagens, os alinhamentos dos jornais incluíam entrevistas em estúdio, momentos musicais com grupos da zona e até material inédito dos arquivos da RTP.**

O jornal era um jornal de informação, mas isso nunca impediu o centro de emissão regional de Castelo Branco de transmitir, se não ranchos folclóricos, pelo menos coros e cantores. Era uma parte pequena, mas o jornal tinha que ter uma dimensão cultural. Lembro-me dos oitocentos anos da Guarda, uma presença diária, também porque aquilo que a cidade estava a fazer era extremamente rico no plano das atividades culturais. Isso sempre existiu no jornal, e a cultura ao vivo passava em televisão. Não se pode pedir a um pintor que vá pintar um quadro, mas pode-se pedir a um cantor que cante, a músicos que atuem, e isso nós fizemo-lo. Em determinada altura fomos passando um documento que ninguém sabia que existia. O *25 Milhões de Portugueses*<sup>21</sup> era um programa de uma hora, a maior parte ainda a preto e branco,

---

<sup>20</sup> O Governo pretendia que os conteúdos do segundo canal fossem produzidos pela sociedade civil e, em substituição da NTV, criar no cabo a TV Regiões, a qual seria alimentada pelas delegações da RTP.

<sup>21</sup> Consagrado a Castelo Branco, o episódio da série que servia de montra à visão imperialista do regime de Marcelo Caetano foi exibido em trechos num dos jornais regionais de fevereiro de 2000.

que estava para ir para o ar a 25 de abril de 1974. No dia de uma revolução há coisas mais urgentes do que transmitir aquele género de programa. E nos arquivos da RTP nunca ninguém se preocupou em ir procurá-lo. Isso só aconteceu quando se aperceberam que aquilo que o centro de emissão regional de Castelo Branco estava a fazer também alimentava a autoestima dos documentalistas da RTP. É uma máquina muito grande, mas cheia de inércia. Mas quando jornalistas, realizadores ou câmaras se apercebem que foram empurrados para cima, a inércia desaparece e a maioria do sentido social da empresa procura mostrar que faz bem. Porque gostava do que era feito aqui ou encontrou uma pista que conduziu a este programa, alguém em Lisboa decidiu mandar isto. E um quarto de século depois passámos o programa. Foi uma reação curiosa a uma solicitação nunca formulada, que era só aquilo a que eu chamaria competência.

**Várias administrações da RTP têm reconhecido a importância da descentralização informativa e das emissões regionais<sup>22</sup>. O último contrato de concessão de serviço público diz que tal deveria ser a prioridade da RTP <sup>3</sup><sup>23</sup>. Acredita que será assim?**

Já não estou por dentro daquilo que sucede na RTP, que foi sempre um instrumento do poder político, governamental e partidário. Em 1980, quando cheguei a Portugal, as redações estavam partidarizadas. Salvo raríssimas exceções, eram compostas por jornalistas de direita e de esquerda, sendo que cada um considerava que jornalismo sério e isento era aquilo que ele praticava. Não tenho informação sobre o que está a ser preparado, nem faço ideia como esse problema poderá ser resolvido. Não há é desculpa para que a RTP falhe. Neste momento não está submetida, embora o governo do Partido Socialista tenha tentado fazê-lo, controlando as finanças, e o Mário Centeno daria às televisões consoante se portassem bem ou mal. Mas hoje a RTP é completamente independente do poder político.

---

<sup>22</sup> Em 2002, no Estatuto Editorial da RTP enviado à AACS, e sendo esta “a única estação televisiva portuguesa a investir num desdobramento de emissão” com “programas diários de informação regional, produzida integralmente pelos centros regionais e pelas delegações”, a descentralização da informação visava combater “a secundarização” dos “espetadores não concentrados na faixa litoral”.

<sup>23</sup> O documento de 2015 refere que o canal deve ter “uma vocação de proximidade, concedendo especial atenção (...) a temas com interesse para regiões e comunidades específicas, (...) sempre que possível através de janelas de programação”, bem como “assegurar a difusão, no território continental, de programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional.”

**Provavelmente partilhando a ideia de que o jornalista faz serviço público onde quer que esteja e com as condições que tiver, foram vários os coordenadores que passaram pelo centro de emissão regional da RTP em Castelo Branco<sup>24</sup>. O Pedro Mariano antecedeu-o, mas por pouco tempo.**

Sim, e isso criou logo imensos problemas. O Pedro Mariano era um jornalista mais ligado à área desportiva, e que tinha ido para Paris como correspondente. São os caminhos da RTP que não conheço em pormenor. Prefiro não falar sobre eles.

**Já o João Pedro Mendonça, que lhe sucedeu, dizia que as pessoas tinham confundido o fim da emissão regional com o fecho da delegação da RTP<sup>25</sup>.**

É claro que confundiram uma coisa com a outra. As pessoas não querem saber se há um centro de emissão regional em Castelo Branco, a não ser porque essa existência se reflete num jornal. Se deixa de haver jornal, deixa de haver centro de emissão, mesmo que pessoas e equipamentos continuem lá. Que interessa que continuem a existir no centro de emissão regional em Castelo Branco se ele não faz o jornal regional?

**Não se prevendo o regresso das emissões desdobradas, a informação regional continua em antena nacional no *Portugal em Direto*. Voltamos assim ao modelo em que não há repartição de conteúdos consoante a área geográfica.**

Neste jornal, que é um amontoado de peças desgarradas sobre as regiões, na melhor das hipóteses cada região tem uma notícia. Ora, não se justifica que uma pessoa esteja a ver um jornal de meia hora para ver uma notícia de dois ou três minutos, e ainda por cima pode não haver sequer essa notícia. A habituação do telespetador a um jornal tem que ver com o facto dele estar lá todos os dias, a uma hora fixa. O *Portugal em Direto* está lá todos os dias e a uma hora fixa, mas nunca se sabe o que está lá dentro. Não tem interesse nenhum.

---

<sup>24</sup> Inicialmente orientado pelo subdiretor de produção e informação José Alberto Machado, e depois com Paulo Costa como primeiro coordenador, seguiram-se Pedro Mariano, José Manuel Barata-Feyo, João Pedro Mendonça e João Ricardo Vasconcelos.

<sup>25</sup> Em entrevista a um jornal local, e reiterando que o centro regional continuava ao serviço dos cidadãos de modo a tratar os seus problemas e a dar voz às suas inquietações, em 2003 o jornalista valorizava antes a visibilidade dada às peças de Castelo Branco nos canais nacionais e internacionais da RTP.

**Arons de Carvalho, secretário de Estado da Comunicação Social entre 1995 e 2001, afirmava que dos três modelos de serviço público existentes na Europa, Portugal tinha o pior. Transformar a RTP 3 numa montra em contínuo das regiões permitiria contrariar essa ideia, conferindo-lhes uma projeção regular a nível nacional?**

Não faço ideia. Vamos esperar para ver, porque na RTP raramente a realidade corresponde aos projetos. No que respeita ao Arons, como professor e enquanto esteve na oposição, sempre disse coisas certas sobre o estatuto governamental da RTP, que era preciso um estatuto parlamentar ou social. Quando chegou ao Governo, não fez nada. E quem acabou por o alterar foi o último governo do Passos Coelho, coisa surpreendente<sup>26</sup>.

**Dado o inevitável surgimento das televisões regionais, quando chegou a Castelo Branco disse ser indispensável que o poder político se antecipasse a iniciativas menos enquadradas e que preparasse o terreno para o seu nascimento.**

Eu nunca disse que o Estado tem que fazer informação regional e que pensar em televisões regionais para impedir que outras surjam. Independentemente delas, e não para impedir o seu aparecimento, o serviço público de televisão tem obrigação de fazer essa informação regional, e eventualmente até essas televisões regionais.

**A própria RTP poderia então contribuir para a dinamização deste subsector? Os operadores de âmbito local e regional continuam de fora da TDT, enquanto que no cabo existem apenas o Porto Canal e a Localvisão.**

Deixei de acompanhar os projetos que possam estar em andamento. Atualmente, a RTP não tem qualquer desculpa para não fazer aquilo que entenda como adequado para o serviço público de televisão. Tem um estatuto social e não depende do Governo para a nomeação das administrações, que são autónomas e possuem um sistema de financiamento independente. Existem todas as condições para que faça um ótimo serviço público e em liberdade. Se o não faz, é porque as pessoas escolhidas não estão à altura deste enorme desafio, um dos três momentos fundadores e mais importantes que aconteceram na televisão portuguesa: a primeira emissão a preto e branco da

---

<sup>26</sup> Com a alteração, em 2014, dos estatutos da concessionária de serviço público, é criado o Conselho Geral Independente, órgão social ao qual cabe nomear a administração e o presidente da RTP.

Feira Popular; a chegada da liberdade com o 25 de abril; e quando o ministro Poiares Maduro, no Governo do Passos Coelho, acabou com a governamentalização da RTP.

**Sendo hoje mais barato e acessível fazer televisão, um operador público não poderia envolver efetivamente a sociedade civil na produção de conteúdos?**

Claro que sim. Independentemente daquilo que a sociedade civil e todas as pessoas com capacidade para se organizarem e produzirem conteúdos façam, é mais uma razão para que o serviço público o faça. Resta saber se na RTP há vontade para isso.

## **Apêndice C: Entrevista a Alberto Arons de Carvalho (antigo vice-presidente do Conselho Regulador da ERC e ex-secretário de Estado da Comunicação Social)**

Natural de Santos-o-Velho (Lisboa), Alberto Arons Braga de Carvalho é licenciado em Direito pela antiga Universidade Clássica de Lisboa e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, onde foi professor auxiliar convidado. O ex-redator dos jornais República e A Luta lecionou na Escola Superior de Meios de Comunicação Social. Foi um dos fundadores do PS – Partido Socialista e deputado na Assembleia da República. Integrou quer o Conselho de Imprensa e os Conselhos de Informação para a Imprensa Estatizada e para a Rádio, quer as comissões que elaboraram a Lei de Imprensa e o anteprojeto do Código Deontológico dos Jornalistas. Entre 1995 e 2002 foi secretário de Estado da Comunicação Social, e de 2011 a 2017 vice-presidente do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Publicou *A Censura e as Leis de Imprensa* (1973), *A Liberdade de Informação e o Conselho de Imprensa* (1986), *Valerá a Pena Desmenti-los?* (2002) e *A RTP e o Serviço Público de Televisão* (2009), sendo coautor de *Da Liberdade de Imprensa* (1971), *Legislação Anotada da Comunicação Social* (2005) e *Direito da Comunicação Social* (2003). Faz parte do comité de *La Revue Européenne des Médias e du Numérique*, publicada pelo IPEC – Instituto de Pesquisa e Estudos sobre Comunicação/Universidade Paris II. A entrevista presencial foi realizada em Lisboa a 15 de dezembro de 2017.

**A independência da ERC face aos poderes político e económico é posta em causa sobretudo nos casos de clara incapacidade decisória<sup>27</sup>. Com o modelo atual tornou-se mais fácil resistir às pressões dos governos, partidos ou operadores privados?**

A ERC tem um modelo baseado na escolha pela Assembleia da República de quatro membros que, de acordo com a lei, cooptam o quinto. A eleição é por dois terços, o que obriga a que os dois principais partidos se entendam sobre os quatro nomes. O

---

<sup>27</sup> É o caso da até ao momento hipotética aquisição da Media Capital pela Altice, negócio com risco de concentração vertical e cujo processo, então já com o parecer favorável da ANACOM, fora remetido para a Autoridade da Concorrência.

problema é que, sobretudo por pressão deste mandato<sup>28</sup>, não se entenderam sem escolherem o quinto elemento, imposto pelas cúpulas partidárias do PS e do PSD. Constitucionalmente, este modelo está correto. Do ponto de vista da prática, deveria ser corrigido. O facto dá uma imagem negativa da independência do regulador da comunicação social face ao poder político. Pelo que vi do anterior Conselho Regulador, o problema da independência não é face ao poder político. É às pressões do poder económico, nomeadamente dos grupos de media. Nos dois mandatos anteriores, basta olhar para os casos mais polémicos para perceber que houve questões políticas importantes, ou com grande eco, decididas por unanimidade ou com votos à margem da origem partidária. Com o formato institucional da ERC, por os mandatos não serem renováveis e pela força que a instituição tem quanto aos serviços que a compõem, a pressão social, a fiscalização dos media, as pessoas acabam, também pelo seu perfil e carácter ético, por se sentirem obrigadas a agir independentemente da origem partidária. Diz-mo a minha experiência de seis anos, pelas pressões que muitas vezes senti de órgãos de comunicação social e de grupos de media<sup>29</sup>, e de que os outros membros estavam a ser alvo. Não que tenham surtido. Se fossemos olhar para o perfil dos que estão ou estiveram na ERC, e saber a sua ligação a grupos ou empresas, como votaram as deliberações respeitantes ao órgão de comunicação onde tivessem trabalhado, haveria talvez surpresas desagradáveis. Mas este modelo é uma melhoria clara em relação ao passado da regulação: os Conselhos de Informação, miniparlamentos com disciplina partidária; o Conselho da Comunicação Social, eleito por dois terços pela Assembleia da República; e a Alta Autoridade para a Comunicação Social, espécie de co-regulação com representantes do Parlamento, Governo e grupos de media. Poderá ser aperfeiçoado, mas este modelo, com apenas cinco pessoas eleitas por dois terços, é melhor.

---

<sup>28</sup> A entrevista decorreu no dia seguinte à cessação de funções do segundo ciclo de conselheiros, mas Arons de Carvalho refere-se ainda ao mandato iniciado com o Partido Social Democrata no Governo.

<sup>29</sup> A Cofina Media chegou a solicitar a destituição de Arons de Carvalho por alegada falta de idoneidade. Suspeitava-se que José Sócrates o havia pressionado no sentido de influenciar uma decisão da ERC contra o Correio da Manhã, dado o jornal de que esta é detentora ter divulgado pormenores sobre a Operação Marquês, na qual o antigo primeiro-ministro estava envolvido.

**Apesar das competências que lhe foram atribuídas pelo Estado, no último mandato a ERC procurou ter um papel pedagógico, muito por via de pareceres não vinculativos.**

Quando nós, reguladores, somos eleitos pelo Parlamento, somos eleitos pelos representantes dos cidadãos. À partida, esse modelo é correto. Claro que podia ser filtrado pela participação do presidente da República ou pelo crivo da universidade. O regulador tem que defender a liberdade de criação de empresas ou dos órgãos de comunicação social e os direitos dos jornalistas ou dos cidadãos face aos media. O regulador tem uma função mais pedagógica do que efetiva. Isso não tem a ver com a legislação, mas há a tradição desde o primeiro mandato de as deliberações não serem vinculativas, exceto quando se trata de direito de resposta ou há contraordenações e não são de publicação obrigatória. Há um erro cometido no primeiro e segundo mandato: o cidadão comum não tem a noção do trabalho desenvolvido pela ERC. Todas as semanas é feita uma reunião do Conselho Regulador e são aprovadas entre dez e quinze deliberações, muitas vezes instando o órgão de comunicação social a corrigir o procedimento, aconselhando-o a não repetir o erro. A não ser em casos excecionais ou de maior gravidade, não o obrigamos a publicar a deliberação obrigatória do regulador. Este recebe uma carta da ERC e o cidadão queixoso também, a dizer que analisámos o processo, e que por determinadas razões, considerando certa legislação, adotamos a seguinte recomendação. O diretor do órgão de comunicação põe aquilo na gaveta e não se passa mais nada, a opinião pública não faz ideia do que foi feito. Não quer dizer que a legislação seja culpada, mas é tradição do regulador ser timorato em relação às reações do órgão de comunicação social. Espero que o atual Conselho Regulador corrija esta situação, e seja mais frequente a determinação de publicação obrigatória da deliberação. O direito de resposta é mal acolhido porque representa a confissão indireta de um erro cometido. Mas é uma ingerência necessária para destacar um direito de defesa do cidadão.

**Na última década a Lei da Televisão foi várias vezes revista, mas até 2007 o quadro legal era desfavorável ao surgimento de canais locais e regionais. Se as emissões**

**hertzianas clandestinas e os conteúdos ilegais dominaram nos anos de 1980, hoje as televisões de proximidade têm obrigações de âmbito social, cultural ou económico<sup>30</sup>.**

Temos que enquadrar a evolução da legislação da televisão mais no contexto tecnológico do que no económico. E também no internacional, porque Portugal, por razões históricas, técnicas, políticas ou económicas, e como o resto da Europa, começou com uma televisão monopólio do Estado. Nos anos 80, antes já na Grã-Bretanha e na Itália, houve uma abertura à iniciativa privada, que foi sendo consolidada, e Portugal começou também o processo, que se concretizou no início dos anos 90. Isso tem a ver com a evolução tecnológica e económica, que se deu naturalmente, como noutros países. Muitos anunciantes e empresas começaram a pensar que a televisão era um meio privilegiado para chegar a casa das pessoas. O que distingue o modelo português de abertura da televisão à iniciativa privada dos modelos europeus é que foi sempre uma abertura muito condicionada. Em primeiro lugar, por razões técnicas. Havia um espaço radioelétrico destinado à televisão de âmbito nacional, quatro frequências, e não era possível mais do que isso. Depois não havia mercado para mais do que esses canais. Não havendo vontade política maioritária, houve algumas tentativas, nomeadamente em torno da Igreja Católica, à qual chegou a ser prometido um canal, até que se viu obrigada a concorrer com os outros no final dos anos 80.

**Na Europa eram já comuns os desdobramentos regionais, os canais locais. Mas o Estado português não estava muito interessado em alargar a atividade televisiva aos operadores privados, fossem eles de cobertura nacional, regional ou local. E ao longo dos anos valeu-se dos mesmos argumentos de cariz tecnológico ou económico.**

O poder político é sempre timorato e conservador nas reformas, mas quando abriu a televisão à iniciativa privada, a Igreja e a Imprensa preocuparam-se muito com o seu espaço. Muitas vezes são extremamente independentes e rigorosos em matéria

---

<sup>30</sup> Segundo o último diploma, no cabo os operadores devem disponibilizar capacidade de rede e de distribuição para serviços de programas televisivos regionais e locais, “atendendo à composição da oferta e às condições técnicas e de mercado”, sendo obrigação destes canais disponibilizar “conteúdos de índole regional ou local, difundir informações com particular interesse para o âmbito geográfico da audiência e promover os valores característicos das culturas regionais ou locais”.

político-ideológica, mas quando se trata de beliscar os interesses do grupo, perdem o verniz. Não tenho particular estima pelo comportamento político de Miguel Relvas, mas não tenho dúvida nenhuma que a Impresa contribuiu fortemente para a sua queda, porque a privatização da RTP introduziria mais um concorrente, o que afetaria o mercado publicitário da SIC e da TVI<sup>31</sup>.

**Pinto Balsemão sempre foi contra a abertura de mais canais, mas ainda na década de 1990 a SIC colocou a hipótese de fazer o desdobramento regional da publicidade.**

Poder-se-á dizer, com exagero, que estamos perante um modelo corporativo. Quem está no setor não quer concorrência a nível nacional, regional ou local. Claro que o mercado evolui, e sobretudo a tecnologia. Nos anos 80 e 90, o país não tinha alternativas à televisão hertziana. Talvez se o espaço fosse alargado, e se Portugal tivesse negociado outras possibilidades. Mas hoje, com a televisão digital terrestre, o cabo e a Internet, há múltiplas formas de chegar a casa dos consumidores. Até se pode questionar se ainda faz sentido a norma constitucional que impõe licença através de concurso público, porque tecnicamente já não há quase nenhuma limitação. Quanto muito, são a legislação e o mercado.

**As políticas sectoriais e o corporativismo dos grandes meios continuam a inviabilizar, também economicamente, as televisões de proximidade, tal como aconteceu há três décadas com as piratas, mesmo que estas tenham um claro papel social a cumprir?**

Não sei se era inviável. Quanto muito, seria polémico. Qual é o papel do poder político face ao mercado? Este pode dizer que em Portugal temos dois operadores de televisão, e que o mercado publicitário não dá para mais. Portanto, não vamos alargar o espaço. Noutra leitura, não é o poder político que, paternalisticamente, vai perceber o que é o mercado. Deixemo-lo funcionar, e este dirá se dá para dois, três ou quatro canais. Pode haver operadores incapazes de concorrer, e que sejam constituídos por outro, mas não se trata apenas da liberdade de criação de empresas. É que perante um acréscimo de concorrência, que dita condições económicas muito desfavoráveis para os operadores, o cidadão também sofre com a inevitável baixa de qualidade. Mais

---

<sup>31</sup> Em desacordo com o parceiro de coligação, até 2012 a privatização ou concessão a privados de um dos canais da RTP integrou o programa do Governo de Pedro Passos Coelho. Inviabilizada a proposta, o ministro-adjunto e dos Assuntos Parlamentares passa a centrar-se na reestruturação da empresa.

concorrência pode significar menos informação nas televisões, que em vez de terem produção própria vão recorrer a séries mais baratas. Há uma leitura mais intervencionista, outra mais liberal, no modo de olhar para o negócio e para as formas de abertura da televisão, o que se aplica também às rádios e televisões locais. Os operadores pressionam fortemente o poder político para não alargar o mercado, pois não aguentam a concorrência. E sem condições de sobrevivência, haverá maior concentração da propriedade e penetração de capital estrangeiro. Como a comunicação social é um instrumento de poder, outro problema é a presença de grupos que não querem ter lucro, mas influência social, política e económica. Muitas vezes são empresas estrangeiras, situadas em *offshores*, cuja verdadeira identidade se desconhece. Sabem que perdem dinheiro, mas ganham influência junto dos governos, da opinião pública.

**Para além da preocupação com o mercado e de olhar também para o país vizinho, quanto à televisão de proximidade o Estado terá de evitar o que aconteceu com o desvirtuamento dos apoios à imprensa regional e do modelo das rádios locais?**

Em Portugal estamos perante um mercado mais pequeno, e não há o instinto regionalizador que existe em Espanha, o que tem a ver com a experiência das comunidades autónomas, das diferentes línguas. Claro que o Estado não pode ficar indiferente perante a comunicação social em geral, devendo haver um sistema de incentivos à imprensa e à rádio, que favoreça os projetos com conteúdos informativos e uma componente regionalizada importante. O mesmo se aplicará um dia em relação aos projetos de televisão comunitária.

**Mas o setor só consegue avançar se a lei que o rege deixar de ir a reboque dos interesses do Estado ou do mercado. O que é inevitável, como vimos com a Internet.**

O que é preciso é criar condições legais, posto que mais cedo ou mais tarde aparecem televisões de carácter local. Para já, importa ponderar um sistema de incentivos que valorize as efetivas componentes local e informativa, a empregabilidade sobretudo dos jornalistas. Por outro, preparar o terreno, porque a tecnologia tornará inevitável e facilitará a criação de operadores locais. Resta saber se estamos perante verdadeiras televisões ou falsas *web tv's*, se são emissões em direto, pelo menos parcialmente, ou conteúdos vistos no momento em que a pessoa os escolhe. Isso obrigará a uma revisão

do conceito de órgão de comunicação social, o que nos últimos anos tem sido um dos pontos de ponderação por parte da ERC. Há documentos e estudos sobre essa matéria. A legislação terá de ter em conta essa evolução. Muitas vezes há queixas sobre conteúdos do Facebook. Quando é uma página pessoal, a reação tem sido não se poder fazer nada, mas quando são páginas de órgãos de comunicação social, a ERC tem reconhecido isso. Portanto, à luz desta revolução tecnológica, as fronteiras da regulação terão de ser também reanalisadas. Vejamos como vai evoluir a diretiva europeia dos serviços de comunicação social audiovisual, em processo de revisão<sup>32</sup>.

**Antecipando as comunidades, algumas instituições de ensino superior foram pioneiras na produção de conteúdos audiovisuais. Em 2000, na Universidade da Beira Interior, e enquanto secretário de Estado da Comunicação Social, garantiu que ali poderia surgir o protótipo de uma televisão regional no cabo<sup>33</sup>, o que não aconteceu.**

Desse tempo, tenho memória do que se passou na rádio. Achei que era útil que as universidades pudessem ter uma estação, com determinadas condições. E quando estava no Governo, alterámos a Lei da Rádio no sentido de permitir experiências como a que acabou por aparecer sem sujeição a concurso. Havia já a Rádio Universidade de Coimbra, que tinha ganho o concurso público, mas traduzindo uma alteração ao artigo terceiro ou quarto da Lei da Rádio, apareceu a Rádio Universitária do Algarve, criada por impulso da mudança que propus e que foi aprovada pelo Governo. Claro que as associações das rádios protestaram, dizendo que isso iria canibalizar um mercado publicitário escasso. Como forma de equilibrar a questão, estabelecemos alguns limites de carácter publicitário. Creio que nada impede que a evolução que se deu na rádio passe para o domínio da televisão.

---

<sup>32</sup> No que respeita à radiodifusão televisiva e aos serviços a pedido, o âmbito de aplicação da diretiva foi alargado às plataformas de partilha de vídeos, “de forma a incluir serviços de redes sociais, que incidem em grande parte na disponibilização de conteúdos audiovisuais”. A proposta da Comissão Europeia de revisão da diretiva sobre os serviços de comunicação social audiovisual, integrada em 2016 na *Estratégia para o Mercado Único Digital*, inclui ainda “disposições relativas à independência das autoridades reguladoras” ou à “transparência da propriedade dos meios de comunicação social”.

<sup>33</sup> Na sua base estaria o laboratório televisivo dinamizado pelos alunos de Ciências da Comunicação. Com emissões regulares desde 1999, a primeira televisão universitária portuguesa começou por ser transmitida em circuito interno. Havendo já enquadramento legal, em 2000 a UBI pretendia realizar uma emissão experimental da TUBI através da Cabovisão. Assegurado o interesse da operadora no modelo de âmbito local e regional, faltou o aval da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

**Os operadores de rede então sob a alçada da PT tiveram maior facilidade em avançar com os primeiros canais regionais. Em 1999 surgia o CNL – Canal de Notícias de Lisboa, e em 2001, no Porto, a NTV, envolvendo a SIC e a RTP, respetivamente.**

Na prática, só havia rádio através de ondas hertzianas. Hoje essa questão já não se coloca na rádio, e muito menos na televisão. Nada impede que uma universidade peça uma autorização para criar um operador de televisão, que contacte a Nos, a Altice ou a Vodafone e tente obter uma frequência. Quando o Canal de Notícias de Lisboa foi aprovado e aceite na TV Cabo, que era a detentora, a TVI tentou criar também um canal informativo e a TV Cabo meteu-o na gaveta porque concorria com o CNL. Hoje já não é assim. Há uma diversidade de operadores de comunicações, a lei já permite a criação de canais de televisão através da mera autorização. E se for na Internet, basta o registo<sup>34</sup>. Do ponto de vista legal, é muito fácil. A questão é de novo o mercado. São necessários meios económicos, e a televisão é bastante mais exigente do que a rádio. Será o mercado suficiente para permitir a televisão local, comunitária? Deve o Estado esperar que apareçam interessados ou estimular através de incentivos que obriguem os operadores a empregarem pessoas, a terem conteúdos com alguma exigência e qualidade? É uma resposta que só o poder político pode dar.

**Do Porto Canal e da Localvisão à antiga Regiões TV, no cabo ainda são poucos os canais regionais, apostando estes antes numa perspetiva nacional. Quanto à TDT, não há sequer perspetiva de os *mux* de cobertura regional e local virem a ser criados.**

Nessa matéria, há países com uma situação idêntica ou mais acentuada. As famílias portuguesas que têm televisão através da TDT são já vinte e tal por cento, mas temos que olhar também para que tipo de pessoas são, se com menor poder de compra, menos apetecíveis do ponto de vista do anunciante, mais isoladas. Outra questão grave é que a Altice é, simultaneamente, detentora da rede da TDT e de uma rede de operador de comunicações, pelo que estará mais interessada em captar clientes para si do que para a TDT. Os grupos de media não querem essa oferta, e o operador não

---

<sup>34</sup> Aprovada em 2007 e revista pela última vez em 2014, a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido determina que o acesso à atividade se faz por licenciamento, o qual depende da abertura de concurso público ou de autorização, consoante seja ou não utilizado o espectro hertziano. Já o registo aplica-se quando esta se faça em exclusivo através da Internet, sem retransmissão noutras redes.

está interessado. Depois, no cabo e ADSL, a ordenação dos canais, ainda que esteja de acordo com a lei e hajam critérios que têm a ver primeiro com os canais de âmbito nacional, depois com os de âmbito regional, é muito diferente a visibilidade do canal 5 num operador de distribuição do canal 88, que as pessoas nem sabem que existe. E isso é uma grande limitação.

**Apesar das revisões à Lei da Televisão, continuam a existir restrições que dificultam o estabelecimento de operadores e de serviços de programas locais e regionais – quem pode aceder, horas diárias de emissão, capital social mínimo<sup>35</sup> –, sobretudo em meios economicamente mais frágeis e onde falte massa crítica.**

E onde seria mais importante como fator de agregação e de coesão social haver canais. O que a experiência da rádio, e agora da televisão, também mostra é que as rádios locais estão mais desenvolvidas onde menos falta fazem. Fariam mais falta nos sítios onde as pessoas estão mais isoladas, onde a coesão social, através de um operador de rádio, e futuramente através da televisão, seria mais importante.

**Ante o conjunto de obrigações ou o caderno de encargos definidos pelo Estado, e dadas as circunstâncias do mercado, há condições para estes operadores surgirem?**

A legislação é ainda muito conservadora. Por muito que diga que, formalmente, é simples criar um operador de televisão, impõem-se várias regras, nomeadamente o capital social mínimo, que no entanto não se aplica à Internet. Não se tratará somente de Portugal, que acompanha tardiamente a evolução tecnológica e aquilo que a tecnologia permite. Até o mercado económico só mais tarde é acompanhado pelo poder, não apenas por falta de atenção, mas pela ausência de políticas públicas para a comunicação social. Já nem existe a Direção-Geral da Comunicação Social, e o Gabinete de Meios de Comunicação Social foi extinto e reduzido a quatro pessoas que trabalham na Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros. Não há

---

<sup>35</sup> A atual Lei da Televisão determina que os serviços de programas regionais (abrangendo um ou vários distritos contíguos ou uma área metropolitana) e locais (acessíveis a um ou vários municípios contíguos e eventuais áreas limítrofes), operados por sociedades comerciais, cooperativas (no caso de uma televisão local) ou associações e fundações (tratando-se de programas educativos, culturais e científicos sem fins lucrativos) com capital social mínimo de € 100.000 ou € 50.000, respetivamente (caso sejam distribuídos no cabo), e de € 500.000 ou € 100.000 (se o fizerem via TDT), tenham pelo menos seis horas diárias de emissão, podendo duas delas fazer-se em desdobramento.

memória nem reflexão sobre o que deveria ser corrigido no futuro. Quanto aos incentivos à comunicação social, supostamente concebidos à escala nacional e na dependência de quem tutela a comunicação social, que neste momento é o Ministro da Cultura, são distribuídos pelas comissões de coordenação e desenvolvimento regional. Em relação às mudanças, há uma grande paralisia do poder político, que assiste à evolução tecnológica sem tirar consequências rápidas das novas possibilidades, no sentido de adaptar a legislação e o sistema de apoios do Estado.

**No caso da TDT, e sem o suporte financeiro que, por exemplo, o Porto Canal tem do clube de futebol da invicta<sup>36</sup>, conseguirá um qualquer operador local ou regional chegar a uma plataforma com custos consideráveis como o transporte do sinal?**

Em Portugal, e não só pelas classes sociais envolvidas, a via hertziana terrestre é muito limitada. Não creio que haja grande futuro, mas não concordo com os que dizem que a TDT, mais cedo ou mais tarde, desaparece. A nível europeu, há previsões de se conservar pelo menos até 2030. Nuns por excesso de planície, noutros de montanha, há países com menos percentagem de consumidores como a Holanda, Bélgica ou Suíça. Não havendo viabilidade, o recurso é o cabo. E aí, numa oferta tão vasta, a ordenação dos canais pesa muito. Se as pessoas souberem que há um canal de televisão local, mesmo que seja o 125, encontrarão formas de lá ir. Mas até agora o mercado publicitário não acordou, há receio, e não é muito convidativo para esse investimento dos grupos interessados nas diferentes localidades do país. Por parte do Estado também não há abertura para alargar à televisão o sistema de incentivos que desde os anos 90 existe para as rádios, e desde muito antes para a imprensa. Aí joga a influência dos grupos concorrentes, dois grandes *players* nacionais.

**É nas comunidades do interior, com população mais idosa, que as emissões de proximidade têm maior impacto. Algo visível entre 1997 e 2002, quando a RTP apostou nos desdobramentos regionais. Ainda enquanto secretário de Estado disse ser este um dos eixos fundamentais do serviço público e uma mais valia em relação**

---

<sup>36</sup> De acordo com os elementos relativos a 2015 e divulgados pelo próprio, o Porto Canal é propriedade da Avenida dos Aliados – Sociedade de Comunicação, SA, detida a 82,4 por cento pela FCP Media, SA, divisão responsável pelos serviços de comunicação do Futebol Clube do Porto.

**às televisões privadas. Politicamente, o abandono deste modelo foi sempre justificado por razões económicas<sup>37</sup>.**

O argumento não foi político, foi económico. A partir do momento em que apareceram as televisões privadas e a concorrência da SIC e da TVI, baixaram as receitas comerciais da RTP, que ficou sem o monopólio da publicidade. Na mesma altura, deixou de haver taxa de televisão, substituída por indemnizações compensatórias que a tutela deveria pôr no orçamento de Estado, mas que eram sempre insuficientes e muitas vezes vinham tardiamente. A indemnização compensatória de um ano era atribuída no ano seguinte, o que foi endividando a RTP de forma brutal, até esta entrar numa crise muito grande no início dos anos 90. Por via da evolução das audiências e dos limites de publicidade impostos por questões europeias ao nível da concorrência do serviço público, o mercado publicitário foi também saindo da RTP. E como o Governo e a administração da empresa pensaram que esta não poderia continuar a custar o que custava, o mais fácil foi cortar neste tipo de situações.

**Contudo, o Estado não se preocupou com o impacto do fim das emissões regionais.**

Não sei se teve a preocupação. Na altura foi o Governo do PSD, com o ministro Morais Sarmiento, que afrontou, e a meu ver bem, a crise da RTP, com o plano de reestruturação da dívida. Ao acabar a programação produzida e transmitida no Algarve, no Porto ou em Coimbra, seguramente que houve pessoas dispensadas. Foi a forma que a administração de Almerindo Marques entendeu ser a adequada para minorar os custos do serviço público.

**Em 1999, na abertura do centro regional de Castelo Branco, destacou a importância da aproximação da RTP ao cidadão. Na legislatura seguinte, quando a privatização de um dos canais públicos parecia iminente, de novo defendeu as delegações e correspondentes da casa, cujos noticiários pareciam beneficiar de boas audiências.**

Porventura haverão dados relativos às audiências que podem testemunhar o efeito que tinham. A vantagem da RTP em ter esta preocupação é que, pelo menos na altura, o mercado publicitário não era suficiente para haver investimento privado em

---

<sup>37</sup> Segundo dados não oficiais, as sete delegações da RTP teriam um custo anual de 1,5 milhões de contos (7,48 milhões de euros).

televisões regionais. E uma das missões do serviço público, expresso no seu contrato de concessão e na legislação adaptada, era dar voz às regiões e ajudar a descentralização. A meu ver, a relação custo/utilidade justificava a existência de centros regionais com programação própria. E existindo a RTP 3, mais se justificaria a descentralização da informação. O problema é o financiamento. Há dois anos, quando se legislou que as famílias com menores recursos pagariam apenas um euro por mês de CAV, poder-se-ia aumentar a contribuição audiovisual para as outras famílias, de forma a subsidiar mais eficazmente o operador de serviço público<sup>38</sup>. Mas não houve essa coragem política, e agora é mais difícil fazê-lo. Este ano manteve-se o valor, e em 2018 a RTP vai passar por uma fase difícil. Prevê-se um ano deficitário por causa do Festival Eurovisão da Canção e dos custos com o mundial de futebol.

**No último contrato de concessão de serviço público refere-se que a RTP 3 deveria ter uma vocação de proximidade, apostando sempre que possível nas janelas de programação regional. Hoje que a RTP tem um modelo de governação mais distanciado da tutela<sup>39</sup>, e se a administração assim o decidisse, seria mais fácil retomar os desdobramentos ou os obstáculos financeiros continuam a ser o entrave?**

Creio que não há nenhum obstáculo político-ideológico. A questão é puramente económica. A existência de uma administração designada pelo Conselho Geral Independente é positiva ao afastar o poder político da escolha dos gestores e da definição dos conteúdos. Mas ao mesmo tempo também afastou o Governo das preocupações. Ponderar o modelo da RTP ou o futuro do contrato de concessão não é uma preocupação do poder político, nem o vejo a pensar na descentralização. Também não sei se o CGI está atento a isso. No fim de contas, é um intermediário entre a administração e o Governo, o qual apenas designa diretamente duas das pessoas. Depois há uma cooptação de outras duas, onde as nomeadas participam.

---

<sup>38</sup> Para além das receitas comerciais, a CAV, cobrada desde 2003 na fatura da eletricidade, passou a ser a principal fonte de rendimento do serviço público de rádio e televisão. Estabelecido segundo “as necessidades globais de financiamento” da RTP, o valor mensal da contribuição é de € 2,85, descendo para € 1 no caso de idosos, desempregados ou inválidos abrangidos por pensões e subsídios sociais.

<sup>39</sup> Com a alteração, em 2014, dos estatutos da concessionária, foi criado o Conselho Geral Independente. Os membros do órgão social responsável por nomear a administração e o presidente da RTP são indigitados pelo Governo e pelo Conselho de Opinião, integrando este último representantes da Assembleia da República e da sociedade civil.

Como contrapartida desta independência acrescida, sinto que o Governo se afastou da reflexão sobre o serviço público de rádio e televisão. Creio que a descentralização também cessou na rádio. Havia uma rede de correspondentes vasta, tal como a agência Lusa. Com os cortes dos últimos anos no subsídio do Estado, já não será tão alargada.

**Para além de uma obrigação do serviço público, os desdobramentos regionais deveriam ser vistos como um modelo a defender já que, quando a lógica de mercado não funciona, permitem salvaguardar o acesso à informação de proximidade?**

Como em Portugal o mercado publicitário não é suficientemente forte e influente para criar muitos órgãos de comunicação social regionais, o serviço público poderia suprir essa falha e contribuir para a descentralização da informação, dando ao país inteiro um retrato do seu interior. Quando o poder político redigiu o contrato de concessão, o ter utilizado a expressão “sempre que possível” testemunha bem as dificuldades de natureza económica. Talvez tenha havido falta de coragem no sentido de reconhecer o papel efetivo do serviço público. Se fosse dito que se iria aumentar em alguns cêntimos a contribuição audiovisual para financiar a existência de centros ou delegações regionais em vários pontos do país, as pessoas perceberiam e isso seria mais facilmente aceite.

**A legislação atual não clarifica como garantir a viabilidade financeira, a suficiência de meios e a independência das televisões locais ou regionais face ao poder político e económico. Para lá da Internet, as obrigações legais e as condições de admissão ajustam-se aos operadores que queiram e possam chegar ao cabo ou à TDT?**

O poder terá a noção de que hoje é fácil criar *web tv's* ou operadores de televisão. E a ideia de um serviço público para suprir as falhas de mercado já não se justifica tanto, porque a tecnologia permite aceder a essa oferta. Na lista de televisões registadas na ERC está a Localvisão e pouco mais<sup>40</sup>. Claro que há muitos espaços de participação.

---

<sup>40</sup> Quanto a televisões de proximidade, em fevereiro de 2018 a base de dados dos órgãos de comunicação social registados na ERC incluía quatro operadores de televisão com serviços de programas difundidos no cabo e quatro serviços de programas difundidos através da Internet. Os restantes 35 projetos identificáveis como *web tv's* de âmbito local/regional, mas confundíveis com televisões temáticas/generalistas, encontram-se segmentados na categoria de publicações periódicas.

Não sei é se terão grande sucesso. Onde vivo, em Sintra, há várias como a Saloia TV, mas são pequenas empresas com dificuldades de afirmação. Espero que não haja também grande dependência do poder local autárquico, como existe no domínio da imprensa e da rádio. Muitos jornais regionais sobrevivem com os anúncios das câmaras, e isso tem uma contrapartida grave na independência face ao poder local. Não havendo um sistema de incentivos alternativo, receio que as *web tv's* ou falsas televisões desenvolvam também essa dependência.

**O Estado deveria apoiar esses projetos com incentivos à produção audiovisual, e não criando soluções universais e que se desvirtuaram como o porte pago?**

Sim. E estimulando a empregabilidade, o profissionalismo, a existência de conteúdos próprios. Devia ser algo que não olhasse cegamente para os projetos, antes se canalizasse para aqueles que prestam um serviço de interesse público às populações.

**Ante a crise económica dos media, e existindo um modelo alternativo ao público e ao privado, com uma estrutura de baixo para cima, a aposta no terceiro setor, envolvendo a comunidade na produção de conteúdos, seria replicável em Portugal?**

As dificuldades legais ou tecnológicas já não existem. Hoje os problemas são meramente económicos, de espaço comercial, investimento ou mercado publicitário. Quando falei em televisão de proximidade referia-me também a um modelo próximo de televisão comunitária. Será até mais protegido, porque não depende de um investimento maior. E participado, com uma responsabilidade económica mais repartida e porventura independente. É um modelo que existe em África ou no Brasil, e que vejo ser defendido para a rádio e para a televisão. Sempre com a feroz oposição dos *players* instalados no mercado, e com algum conservadorismo do poder político que, querendo evitar problemas com os grupos do setor, vai atrasando a mudança que a tecnologia e a economia trarão.

**O mercado é um fator preponderante, mas não faltaria alargar o debate sobre a televisão de proximidade à esfera pública, insistindo na sua função social?**

Tirando os meios académicos, não é visível um debate sobre a televisão ou as rádios de proximidade. Não se veem os jornais a abrirem os seus espaços de opinião à colaboração de pessoas, não está na ordem do dia, nem se sente existir entusiasmo.

Será um tema de reflexão meio adormecido. Se houvesse muitas pessoas interessadas, podiam criar uma associação representativa das suas preocupações, pressionar o poder político no sentido de alterar a legislação. Quando apareceram as rádios locais, apareceram associações do setor, e na imprensa também há várias. Ao nível da televisão, ainda estamos muito afastados dessa preocupação. Nos últimos anos Portugal passou também por uma crise económica, pouco convidativa a investimentos, o mercado publicitário decaiu. Essa situação está ultrapassada, e nos próximos anos podemos ver uma alteração de paradigma.

**Defende também o envolvimento das academias com capacidade técnica e humana na área do audiovisual, bem como a aposta na educação para os media?**

Até é uma forma de envolver os estudantes na sua futura profissão, como acontece nas rádios universitárias de Coimbra ou do Algarve. A nível televisivo, requer maior investimento. Mas havendo dinheiro e vontade, a universidade pode ter esse papel.

## **Apêndice D: Entrevista a Pedro Coelho (jornalista da SIC e docente da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa)**

Natural de Montemor-o-Novo (Évora), Pedro Manuel Rouxinol Samina Coelho é jornalista profissional desde 1988, tendo-se licenciado em Comunicação Social com uma tese sobre as rádios locais. Em 1992 integrou a SIC, onde o editor de sociedade, editor executivo e grande repórter, nomeadamente no programa *Grande Reportagem*, tem vindo a abordar questões ligadas à interioridade ou à cultura e poder locais. Das suas publicações sobre a investigação e o jornalismo televisivo em Portugal, destacam-se *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público* (2005), baseada numa dissertação de mestrado, e *Jornalismo e Mercado: os novos desafios colocados à formação* (2015), a partir da tese de doutoramento sobre a oferta académica na área. Desde 2007 que é professor auxiliar no departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Nova de Lisboa, onde leciona jornalismo televisivo e radiofónico, novas narrativas dos media ou jornalismo multiplataforma, e faz parte do CIC Digital – Centro de Investigação em Informação, Comunicação e Cultura Digital. A entrevista presencial foi realizada em Carnaxide a 15 de dezembro de 2017.

**Começou a sua atividade profissional na imprensa e rádio locais, e praticamente estreou o primeiro curso do país em ciências da comunicação. Foi aí que descobriu a missão social do jornalismo, em linha com a mais nobre de formar e informar?**

Comecei a pensar que queria ser jornalista com doze anos, mas era apenas um sonho. No secundário já estava convencido do que queria. A dúvida era como lá chegar. Não sabia que existia um curso de comunicação social. Pensava que fosse mais fácil tirar línguas e literaturas modernas. Em 1984, quando estava para me candidatar, descobri-o na Universidade Nova. Mesmo não sendo direcionado para o jornalismo, nem hesitei. Era a porta mais direta de entrada na profissão. E, contra a vontade de pai e mãe, vim para Lisboa.

**A formação superior na área era incipiente, não existindo ainda oferta específica em jornalismo de proximidade, o que foi objeto de estudo no seu doutoramento. É uma das razões para muitos dos constrangimentos existentes fora dos grandes centros?**

Nos 27 cursos em Portugal, apenas num há uma cadeira associada à proximidade. Uma é opção, outra obrigatória é em Portalegre<sup>41</sup>. De resto, a oferta formativa na área quase não existe. No doutoramento entrevistei 67 alunos, e nenhum pretendia trabalhar no universo de proximidade. Uma aluna em estágio profissional na TSF Açores dizia estar a ser uma experiência dolorosíssima. Só regressara porque não tinha outra coisa nos meios de comunicação nacionais. Há uma grande resistência, como se o jornalismo de proximidade fosse jornalismo de segunda. Desde logo, é desvalorizado por haver uma escassez imensa de mercado. Ao nível da imprensa, a mais consolidada, contam-se pelos dedos da mão a quantidade de jornalistas com carteira profissional. Nas rádios e televisões na *web*, muito poucos ganham um ordenado. Sendo o país tão pequeno e concentrado, vingou a ideia de que só se pode trabalhar em Lisboa e Porto. Quando terminei o curso, eu próprio queria ter algo na terra associado à minha área, só que não havia nada. Depois comecei a entusiasmar-me por isto, e agora já não conseguiria regressar. Se houvesse uma unidade curricular que naturalizasse a proximidade, lhe atribuísse o quadro conceptual que tem e demonstrasse haver oportunidade de mercado, a formação académica específica seria um auxiliador extraordinário para naturalizar junto dos candidatos a jornalistas o interesse pela ação jornalística nos universos de proximidade. Estamos sempre a falar de jornalismo, mas com certas especificidades. No polo oposto, sem ser contraditório, está o jornalismo de investigação, que também requer determinado perfil ao jornalista.

**Na sua dissertação de mestrado foca-se nas comunidades do interior, a população que mais poderia beneficiar com a televisão de proximidade e que não tem na Internet a solução para o défice de representação nas televisões nacionais.**

Colocar uma televisão do interior na Internet exclui a própria característica do interior. É lá que estão os mais velhos, e aqueles que menos acesso têm à rede. A montante, ou concomitantemente, tem de haver investimento na literacia mediática. Finalmente começa a pensar-se a sério em desenvolvermos projetos destes no ensino básico e secundário, e nos cursos de jornalismo, onde não temos disciplinas de literacia

---

<sup>41</sup> Trata-se do seminário de Comunicação Social Local e Regional, da licenciatura em Jornalismo e Comunicação na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais de Portalegre. Acresce a pós-graduação em Jornalismo de Proximidade, lecionada na Escola Superior de Tecnologia de Abrantes.

mediática. E é fundamental a ideia de universidade sénior centrada na inclusão digital, na integração das populações mais idosas. Quando fiz o mestrado, escolhi a televisão não apenas porque já era jornalista de televisão, mas também por os números indicarem que era o meio de comunicação com maior taxa de penetração no tecido social do distrito de Évora. E imagino que ainda seja em toda a faixa interior. Faria sentido que o projeto a desenvolver ao nível de proximidade fosse aquele que mais próximo estivesse das populações. Não creio que a televisão na *web* possa ser a que melhor serve os interesses de pessoas infoexcluídas, distantes desta plataforma.

**Na resolução final do último congresso de jornalistas apela-se ao reforço da relação com as instituições de ensino superior e à promoção da literacia mediática. Perspetiva em linha com o modelo que propôs para a televisão de proximidade. Numa das entrevistas pré-congresso, o Hugo Alcântara, correspondente da SIC em Portalegre, falava da “elite culta” que tende a desvalorizar o jornalismo exercido na província em relação ao dos meios urbanos. É uma ideia preconceituosa que entrou na cabeça dos jornalistas?**

Foi entrando sobretudo na cabeça dos jornalistas de proximidade. A esse nível, o Hugo Alcântara é um belíssimo exemplo. Ele é indiscutivelmente bom mas, e já lho disse, tem complexos por ser jornalista de proximidade. E essa questão que verbaliza da nata ou elite tem muito a ver com o que vai na cabeça dele sobre a matéria. Há muitos momentos em que precisávamos de alguém em Portalegre e não temos, porque o Hugo Alcântara já faz mais coisas fora do que naquela zona. Tem sentido que de vez em quando os jornalistas saiam do seu universo geográfico, mas este deve ser amplamente coberto por eles. Essencial aqui é como essa cobertura deve ser feita, porque a proximidade gera alguma perversão.

**Da dependência em relação às elites locais, a tal proximidade demasiado próxima.**

A proximidade demasiado próxima é o conceito que melhor define esta característica. A fonte é a pessoa que está connosco no café. Pode até tratar-se do presidente da câmara e ser quase impossível incompatibilizarmo-nos, porque é o maior empregador e dá emprego à minha família. No universo de proximidade é preciso fazer jornalismo de investigação, ter coragem e uma prova à prova de bala. Não dá para fazermos uma história pensando que é assim porque ouvimos dizer ou porque uma fonte nos diz. Tal

como no jornalismo de investigação, no universo de proximidade qualquer trabalho jornalístico tem que ter como princípio basilar uma prova à prova de bala, para que o jornalista com a coragem de o praticar não tenha que ser permanentemente incomodado com as fontes cujos podres está a descobrir. Se estiver escudado na prova, não tem que se preocupar por o presidente de câmara se incompatibilizar com ele ao ter dado a história, porque a tem e é verdadeira. Sou sempre pressionado. Muitas vezes tenho fontes institucionais a tentarem por todos os meios que não faça as histórias. Mas eu e a empresa onde trabalho temos a coragem de as fazer, e a minha coroa de glória é perceber que nenhuma daquela pressão foi eficaz.

**Depois também diz que, apesar das histórias, esses senhores por lá continuam.**

É inevitável. As elites estão muito protegidas, mas vacilam no momento em que se veem retratadas naquela reportagem de investigação ou de proximidade. Eu só luto pelo momento em que ponho a história no ar, e pelo menos na semana a seguir aquelas figuras já não vão ser encaradas pela opinião pública da mesma maneira. Continuam no mesmo sítio, mas é uma vitória terem sido fragilizadas, ainda que momentaneamente. No outro dia, no café, vão desconfiar delas, porque sabem que a história é verdadeira. Cada vez que há uma conquista destas, é uma vitória do jornalista, que tem a coragem de fazer a história, porque há muita gente que passa ao lado como se nada acontecesse. Até aí o perfil do jornalista, quer o de investigação, quer o de proximidade, tem que ser diferente. Mas é sobretudo uma vitória do jornalismo, tão maltratado diariamente. Conseguimos que saia mais reforçado.

**Para vingarem e cumprirem a sua missão, os meios de proximidade requerem maturidade financeira, atuação social e relevância jornalística. Algo quase impossível quando, como diz, em vez de refundarem o espaço público, o deformam e se tornam incapazes de envolver a comunidade, integrar opiniões marginais e vigiar o poder.**

Sim, mas dos três fatores que enuncia, o mais importante é a crise que estas publicações, rádios e televisões têm de atravessar. Não havendo sustentabilidade financeira, ou estando dependentes de uma entidade que comande a orientação editorial, tudo o resto é quase impossível. Se não houver mercado, não há jornalista que possa ser contratado, não há independência jornalística. E em vez de serem orientadores do debate e participantes ativos no espaço público, da chamada Ágora,

os órgãos de comunicação social de proximidade transformam-se em meras montras das elites. Este é o grande risco, porque colaboram na obtenção de um consenso entre aspas, imposto a partir do topo.

**O modelo que propõe tem um custo social, que o Estado deveria assumir nas regiões com pouco peso demográfico e económico. Não sendo um tema fraturante, torna-se mais difícil mobilizar o cidadão para que reivindique a televisão de proximidade?**

As pessoas não sabem a falta que isso lhes faz, sobretudo na era digital. Acham que já não precisam, que está tudo ao seu alcance. O problema são os que permanecem excluídos dos lugares de debate, das redes sociais e da Internet, que acentuam a condição de marginais, mesmo não o sendo, porque em muitos lugares até são a maioria. Continua a ser fundamental, e o Estado não deveria ser indiferente a essa situação. Já não se pode é falar do financiamento anónimo de televisões de proximidade. Precisamos é de projetos de literacia mediática, extensíveis às várias camadas da população do interior, e que desemboquem na criação de expressões jornalísticas na rádio ou no papel, mas sobretudo na Internet. O mais normal é que surjam na plataforma que esteja ao alcance de todos.

**Para promover o acesso dos jovens às tecnologias multimédia, na década de 2000 várias cidades passaram a dispor de cibercentros, alguns equipados com estúdios de televisão e ligados a instituições de ensino superior<sup>42</sup>. Ainda que semelhantes aos centros de meios comunitários norte-americanos<sup>43</sup>, o que lhes faltou para vingarem?**

Acho que é o aprofundamento do conceito. Portugal tem uma tendência de municipalismo, que também significa paroquialismo, caciquismo. Recordo-me de vários presidentes de câmara que não tinham limitação de mandatos e que etiquetávamos de caciques. Os grandes caciques do país estiveram no poder desde 1976, e foram ficando. O antigo autarca de Vila Nova de Poiares, Jaime Marta Soares, que é hoje presidente da assembleia geral do Sporting e da Liga dos Bombeiros

---

<sup>42</sup> Da rede então gerida pela ANACOM e pela já extinta Fundação para a Divulgação das Tecnologias de Informação, junto com autarquias e universidades, restam os centros de Castelo Branco e Guimarães.

<sup>43</sup> Estes espaços concedem facilidades técnicas e formação a indivíduos ou organizações que queiram criar programas destinados a canais de acesso público, educativo e governamental.

Portugueses, foi o maior cacique que já conheci. Silenciava a oposição porque era simultaneamente diretor do jornal, presidente de todas as instituições sociais do concelho e comandante dos bombeiros. Esse caciquismo já não existe, mas existe outro mais invisível, bastante enraizado, das figuras pensantes dos concelhos que se eternizam em determinados cargos. Pode ser no poder político, no empresarial, um notário, o advogado, até o professor. São pessoas que influenciam, que instrumentalizam. Até para isso a criação de ágoras seria determinante. Ao invés de promoverem o pensamento livre, é um constrangimento absoluto, sobretudo o Facebook. São montras de perturbação social, espaços onde as pessoas mostram o pior que têm. E nos territórios de proximidade, onde todos se conhecem, isto tem uma força muito negativa.

**Ainda que dispensem estruturas e meios como os de uma emissora regional, não defende de igual modo as televisões locais. A própria SIC divulgou *web tv's* deste tipo, algumas privadas, outras de caráter institucional<sup>44</sup>. Há ou não espaço para elas?**

Há, mas para servir quem? Se estamos a apontar para o interior português, para os graus de escolaridade, para o envelhecimento e a infoexclusão da população, quem é que uma televisão de proximidade na *web* vai servir? Pode ser à mesma uma Ágora de pensamento livre, mas quem vai servir? O custo é incomensuravelmente menor, mas alguém tem que pagar. Qual é o financiamento suficientemente anónimo que está disponível para entrar com dinheiro? Não existe, não há almoços grátis. Qualquer grande empresário, se puder ter um jornal de referência, sabe que pelo menos aquele jornal não vai dizer mal dele.

**No final da década de 1990, Artur Merayo afirmava que as televisões de Lisboa têm uma visão metropolitana do país, relegando os acontecimentos locais para segundo plano, quase sempre com um sentido negativo, pelo que só as televisões de proximidade seriam capazes de satisfazer as necessidades comunicacionais das populações isoladas.**

---

<sup>44</sup> Foi o caso das peças sobre a Beira TV, do Instituto Politécnico de Castelo Branco, e sobre a Arroios TV, daquela junta de freguesia lisboeta, emitidas em 2007 e 2015, respetivamente. Já em 2012, a TV Barroso, de Montalegre, esteve em destaque na reportagem *O Meu Pequeno Mundo*.

Permanece ainda a ideia de que, sobretudo as televisões, só mergulham nos territórios do interior em casos de tragédia ou crime, quando o insólito irrompe e a caricatura se transforma em notícia. Provavelmente é o que capta a atenção dos media nacionais.

**O centralismo das redações está em linha com a importância que os poderes político e económico têm dado ao audiovisual local e regional. E isso denota-se também no desinvestimento nas delegações, nas situações precárias dos correspondentes.**

Sim, e a responsabilidade é de novo do mercado. Num país tão pequeno, uma televisão com as características desta onde trabalho nunca teve condições para abrir delegações. Muito menos agora que está a atravessar uma crise financeira profunda. Mas esta tendência é universal. Os grandes jornais metropolitanos norte-americanos fecharam a maior parte das delegações e muitos escritórios no estrangeiro. Há uma contradição, mas à medida que o mundo fica mais global, os meios de comunicação social vão ficando mais locais. Os Estados Unidos podem ter o jornalismo hiperlocal, mas os jornais que davam uma visão global do mundo foram-se focando cada vez mais no nacional. Se os americanos têm uma tendência natural para serem nacionalistas, esta perda do olhar estrangeiro fecha-os ainda mais sobre eles próprios. É o que acontece aqui ao nível nacional: a tendência de crise só aumenta o nosso grau de centralização. Por vezes temos correspondentes menos escutados nos territórios de proximidade, mas não é sempre assim. Recordo-me de um grande jornalista que optou por ficar em Beja, e podia sê-lo onde quisesse. Na SIC temos jornalistas que seriam bons em qualquer cidade do país: o João Faiões em Bragança, a Madalena Ferreira na Guarda, a Patrícia Figueiredo na Covilhã. De facto, têm vínculos precários com a casa. Os ordenados deles serão menores do que alguns aqui da SIC. Mas a média é muito baixa. Há 26 anos, quando entrei, ganhávamos mais do que todas estas pessoas agora.

**Nas primeiras emissões hertzianas clandestinas na década de 1980, fortemente fiscalizadas e reprimidas pelo Estado, a vertente tecnológica estaria sobreposta à social, como naquelas difundidas pela TRL – Televisão Regional de Loures, à custa de conteúdos ilegais. Mas no caso da TVN – Televisão Regional do Norte, no Porto, e da TVA – Televisão de Abrantes, havia já uma preocupação com o impacto público.**

Estávamos no tempo da pirataria, e o fruto proibido tornou-se extraordinariamente desejado. O António Colaço, criador da televisão de Abrantes, tinha um outro espírito.

Era claramente uma Ágora de pensamento livre. Ele passou-me várias emissões e vi bastantes programas para a minha tese de mestrado. Recordo-me de um debate que fizeram sobre a necessidade naquela região da central do Pego, que hoje está velha e precisa de ser fechada. E eles ouviram todas as vozes. Ao contrário da televisão de Loures, em que sugerem que iam roubar programas e filmes, aqui era tudo programas próprios, bem desenhados e pensados. O problema dos órgãos de comunicação de proximidade é quando deixam de ouvir as margens porque as elites não o permitem. E na televisão de Abrantes o conceito estava muito trabalhado e enraizado na cabeça de todos, sabiam para que é que aquilo servia. Não era uma simples luta contra a proibição, um jornalismo de guerrilha. Era um jornalismo de construção. Muitas vezes oiço, e às vezes aqui na SIC, que temos que ser mais positivos. Não me parece que a expressão se deva aplicar ao jornalismo. Ela não entra no meu cânone, no meu léxico. Mas este jornalismo da televisão de Abrantes, promotor de debate, ainda poderia existir. É isso que falta: definirmos o conceito e agir em conformidade.

**A Localvisão usa a expressão como argumento comercial, para se diferenciar. Se bem que, mesmo na informação de proximidade, não hajam apenas boas ou más notícias.**

O jornalismo cívico não é ele próprio um argumento comercial? Tive sempre essa dúvida. O princípio é extraordinário, mas já refleti muito sobre se, na sua origem e na forma como se aplica, não será um jornalismo que pretende encontrar receitas.

**Pelo impacto que entre 1997 e 2002 tiveram, sobretudo junto da população mais isolada e idosa, os desdobramentos regionais da RTP comprovaram a importância das emissões locais numa plataforma universal. Ainda defende este formato, apesar da dificuldade em abordar temas polémicos e em afrontar os poderes estabelecidos?**

Dentro do que havia, é o menos mau dos caminhos. Tem muitas fragilidades, mas não ter nada é muito pior. Pelo menos as pessoas reviam-se em alguma coisa.

**Que virtudes vê então nos formatos de descentralização informativa que permanecem em grande parte dos operadores públicos europeus? A RTP deveria recuperar o anterior ou encontrar outro modelo de programação desdobrada?**

Esse modelo pode ser aperfeiçoado. Depende em exclusivo do perfil do coordenador local. O que não faria sentido era aquele senhor em Évora, o António Luís Rafael, que

queria dar do Alentejo uma visão cor de rosa, porque achava que este já sofria em excesso e que a televisão não podia acentuar esse sofrimento. E era cúmplice de todos os poderes e elites, fosse o governador civil de um partido, fossem as câmaras de outro partido, diretores regionais, advogados, professores, a Universidade de Évora. O modelo é interessante, e é pena que não continue a existir, porque a RTP era o único canal que poderia fazê-lo. Um desdobramento em todos os distritos não faria sentido, mas onde a RTP está implantada poderia haver uma emissão diária de 25 minutos, que fosse não apenas a montra da região, mas que funcionasse também como o elemento promotor do debate. Até porque a televisão continua a ser o órgão de comunicação social com maior taxa de implantação no interior.

**A Lei da Televisão já permite a constituição de operadores locais e regionais. Mas dados os critérios técnicos e as condições de acessibilidade, a começar no capital social exigido, dificilmente surgirão sociedades capazes de apostar na atividade televisiva de proximidade. Que leitura faz dos únicos projetos que subsistem no cabo: a Localvisão, com o seu jornalismo positivo, e o Porto Canal, financiado por um clube de futebol?**

Isso são degenerescências, não tem nada a ver com o que defendo. E haver aquilo que defendo, impulsionado pelo mercado, não me parece possível na lógica de crise em que vivemos e em que deveremos continuar a viver. A haver algo, tem que ser de inspiração estatal. Num país com estas características, não me parece que haja outra possibilidade. Apesar da Internet, das redes sociais, continua a existir essa necessidade. Ainda assim, é um investimento muito grande, sobretudo se for no cabo. E em nenhuma região vejo mercado com capacidade para aguentar o custo. Não basta só montar. Há que angariar receitas para sustentar. E não me parece viável em nenhuma região do país, nem sequer no litoral.

**Para lá da sustentabilidade, e havendo massa crítica, o modelo norte-americano dos canais de acesso público, educativo e governamental<sup>45</sup> poderia ser replicado em Portugal?**

---

<sup>45</sup> Os três tipos de estações não comerciais disponibilizadas localmente nas redes de cabo norte-americanas destinam-se a difundir conteúdos de âmbito comunitário, educativo ou municipal produzidos de acordo com os recursos financeiros e técnicos legalmente estabelecidos.

Se for de inspiração estatal, aceito tudo. O Estado devia ter a consciência de que isto é fundamental para o desenvolvimento das regiões. Se na América qualquer projeto hiperlocal tem mercado e existem fundações que desenvolvem o jornalismo de proximidade perdendo dinheiro anos a fio, nós não temos essa capacidade. Não podemos criar a ilusão de que vamos abrir cinco ou seis canais no cabo para servir as regiões. Não há quem o queira, nem dinheiro para isso. Se os empresários regionais decidirem fazê-lo, mais vale não existir nada.

**Ainda que seja uma plataforma mais económica em relação à televisão hertziana ou por cabo, considera que em Portugal o audiovisual de proximidade se deveria concentrar na Internet, arriscando-se a ignorar a população mais idosa do interior?**

Tendo a montante algum trabalho ao nível da media literacia, acho que seria possível. O meu pai tem 84 anos, e até há três anos não pegava em computadores. O meu filho mais velho começou a introduzi-lo na linguagem informática, e hoje tem Facebook e *e-mail*, lê diariamente os jornais na Internet. É fundamental fazer isto junto das populações mais idosas, e que durante anos a fio estiveram infoexcluídas. Se o meu pai tivesse uma televisão do distrito de Évora, seria um espetador muito atento e até participativo. Mas a maior parte das pessoas da geração dele estão longe de saber sequer o que é a Internet. É uma abstração. Não sabem nem querem saber, porque ninguém as motiva para tal.

**Para além dos media locais e das entidades ligadas ao desenvolvimento regional, o modelo de televisão de proximidade que propõe envolve as instituições de ensino superior com recursos audiovisuais. Garantido o apoio na formação ou na produção de conteúdos, esta sinergia poderia abrir portas a projetos da sociedade civil?**

Vejo as universidades como pilar, mas são um veículo do Estado. O financiamento público é o chapéu. Depois esse investimento tem que ser operacionalizado. Dado termos cursos de jornalismo/comunicação em praticamente todas as regiões do país, essa capilaridade poderia aplicar-se. E aí tínhamos a unidade central do pensamento da região a promover o debate. Era preciso é que a universidade não se transformasse também numa elite que defende a manutenção do estado das coisas, como acontece muito a nível nacional. Os cursos de jornalismo/comunicação podem ser o pilar de projetos com estas características na Internet, no cabo ou noutra plataforma, desde

que o Estado tenha vontade e lhes dê sustentabilidade. Como ninguém pensa a longo prazo no país, uma coisa destas implica sempre perder dinheiro. E não acredito que as universidades, a maior parte já fundações, estejam dispostas a isso. É a lógica do efémero que tanto nos ataca.

**Neste modelo, o Estado é mais impulsionador que interveniente. Tal como existem incentivos à comunicação social regional com vista à sua modernização, no caso da televisão de proximidade poderiam ser criados apoios à produção de conteúdos?**

Tem que haver um princípio definido, e o que iríamos fazer não será o mesmo em todas as regiões, teria de se adaptar à realidade de cada uma. Seria interessante a construção de um programa de televisão, reportagem ou investigação jornalística à volta dos grandes temas regionais e a discutir no universo de proximidade. O mais fácil será transpor a ideia para uma plataforma como a Internet, resolvendo a montante o problema da media literacia. Dada a possibilidade tecnológica, pode ter de haver uma ideia para cada região. O que o Alentejo precisa não é o mesmo que o grande Porto, e isso resolver-se-ia com a produção de um conteúdo por dia, a partir do qual se gerariam fóruns de debate e outros programas associados àquela temática. O que é importante esclarecermos no Alentejo, o que é preciso investigar? A equipa envolvida faria uma reportagem séria sobre a falta de água na barragem de Alqueva, por exemplo. E os temas têm que ser de interesse regional, ou despertar as pessoas para outros que vão ser importantes para o dia a dia delas. Tinha que haver um grupo que pensasse este quadro, e todo o programa era feito à volta de temáticas, uma por dia ou semana, desenvolvida em vários dias. Construir uma televisão com um programa estilo João Baião ou Fátima Lopes é que não tem interesse nenhum.

**O que importa já não é a plataforma. O foco está no conteúdo.**

Exatamente, é isso. Mas feito por jornalistas.

**Daí ser crítico do termo “jornalista-cidadão”, muito ativo na recolha de informação.**

Sou completamente contra, desde logo contra a equiparação. São coisas completamente diferentes. Não quer dizer que de vez em quando cada um de nós não possa cometer um ato jornalístico, mas a figura do jornalista-cidadão pura e simplesmente não existe.

**Não havendo viabilidade económica nem envolvimento do Estado, o terceiro setor tem sido uma alternativa noutros pontos do globo. Envolver a comunidade na produção de conteúdos permitiria alavancar a televisão de proximidade?**

Sou muito avesso a tudo o que possa ter interesses particulares. E o terceiro setor nem sempre é tão transparente quanto gostaríamos. Preferiria era pensar num princípio, mais do que numa ideia, que envolvesse o país inteiro. Depois a sua aplicação dependeria de região para região. Mas seria necessário um envolvimento do Estado, que tinha que estar consciente da natureza e da importância destes projetos para as regiões, e que os promover anonimamente. Envolver o terceiro setor não faz sentido. Quando existe e colabora com o desenvolvimento regional, tem uma missão muito concreta que não me parece que possa ser integrada nem tão complexa quanto uma ação jornalística criteriosa, concreta, efetiva. Em todo o país estamos a formar jovens jornalistas que acabam por vir parar a Lisboa e ao Porto, e por terem cada vez menos hipóteses. Há esta concentração, e ninguém a querer ficar nas regiões de origem, porque não há soluções. Mesmo que venham fazer reciclagens, deveriam ter trabalho onde tiraram os cursos. O jornalismo é fundamental para a cidadania. E se os órgãos de comunicação social nacionais não cumprem essa descentralização informativa, se as redes sociais são apenas câmaras de eco da maledicência e do boato, se os órgãos de comunicação social regionais não o conseguem, alguém vai ter de o fazer. Fazia sentido era que, a partir dos grupos de comunicação social de proximidade existentes, estes projetos se pudessem ramificar, mas com uma consolidação chapéu do Estado. Tem que se filtrar aquilo que merece a pena ser apoiado. É uma tarefa difícil, que vai dar azo a discussão, mas temos uma produção *per capita* muito superior à dimensão de Portugal. Somos talvez o país da Europa com mais jornais em papel, e em contrapartida o que menos lê. O Feliciano Barreiras Duarte começou a fazer uma *seriação*<sup>46</sup>, e o porte pago que o Arons de Carvalho repensou foi fundamental para separar parte do trigo do joio<sup>47</sup>. O Estado tem que perceber o que é que vai apoiar, e

---

<sup>46</sup> Em 2004, o então secretário de Estado Adjunto do ministro da Presidência foi responsável pela reforma da comunicação social regional, apostando na profissionalização de jornais e rádios locais.

<sup>47</sup> Em 2001, o ex-secretário de Estado da Comunicação Social cessou a comparticipação integral nas despesas de expedição de diários e semanários, sendo a redução maior nos títulos sem profissionais.

temos organismos públicos verdadeiramente descentralizados que podem participar nessa análise. Depois perceberemos que pontes podem ser estabelecidas entre os órgãos de comunicação social que sobreviverem a esta filtração e as universidades, e vamos criar focos de produção mais profissionalizados. O Diário do Alentejo, em Beja, é um jornal público, pago pelas autarquias de vários partidos, em que se faz jornalismo sem nenhum constrangimento. Deve ser caso único no país. São projetos como este que deveriam ser acarinhados, envolvendo o Estado ou as autarquias.

**Há também outros modelos de financiamento, como o *crowdfunding*.**

Se montarmos um projeto a pensar no *crowdfunding* não vamos a sítio nenhum. Quem está disponível para financiar uma coisa em permanência? A Julia Cagé tem uma tese muito interessante que vai mais longe<sup>48</sup>. Ela defende um modelo aplicável a algumas regiões do país, e que pode resolver boa parte da crise dos meios de comunicação social, porque não defende a criação de uma fundação. Há um financiamento voluntário de um conjunto diverso de pessoas, de uma associação de pequenos doadores que se reveem naquela publicação. É um financiamento anónimo, mas com direito a voto. Por mais irrisória que seja a sua doação, quem quisesse investir teria tanto direito a voto quanto outras entidades financeiramente mais musculadas. E os grandes investidores teriam como retorno um incentivo fiscal ao abrigo da lei do mecenato. Agora começou uma revista cuja raiz está em Portalegre. Também tem o *online*, mas o primeiro número foi lançado em papel. É feita por uma antiga jornalista da SIC e por outro jornalista. Tem pequenos financiadores, jornalistas profissionais, gente disposta a partir a cabeça para conseguir alguma coisa, com vontade de criar algo novo. Era um projeto interessante, mas não acredito que tenha futuro numa região com a dualidade financeira do Alentejo. Como o Imenso Sul, que claudicou por uma guerra com a Universidade de Évora, o maior investidor. Zangou-se e cortou o investimento.

**TV Beja e TV Évora foram das primeiras *web tv's* a nível nacional, mas não vingaram, tal como aconteceu com a TV Sul, também no Alentejo. Representam, no entanto,**

---

<sup>48</sup> Trata-se do livro *Salvar os Média: Capitalismo, Financiamento Participativo e Democracia*, de 2015, no qual a economista propõe um novo modelo para as “organizações de média sem fins lucrativos”, entre a fundação e a sociedade por ações, baseado no *crowdfunding* e na gestão partilhada.

**novas formas de informação local e regional. Serão os nativos digitais capazes de fazer a mudança de paradigma, mantendo a essência da televisão de proximidade?**

Se houvessem condições e projetos consolidados, seria uma inversão natural, envolvendo todas as partes. Há um trabalho a montante por fazer, que nem sei se virá a ser feito. Criando-se um projeto de raiz cuja base assenta na universidade, e havendo unidades curriculares associadas a essas temáticas, com o empreendedorismo quase obrigatório em todos os cursos de jornalismo, parece-me inevitável que a coisa rolasse de outra maneira.

## **Apêndice E: Entrevista a Vítor Tomé (jornalista, docente da Universidade Autónoma de Lisboa e investigador do Centro de Investigação em Artes e Comunicação – Universidade do Algarve)**

Docente na Universidade Autónoma de Lisboa e membro do Centro de Investigação em Artes e Comunicação da Universidade do Algarve, Vítor Manuel Nabais Tomé é formador em educação para os media e literacia digital. Jornalista desde 1993, o editor do Ensino Magazine fez parte dos jornais Reconquista e Gazeta do Interior (Castelo Branco) e da Rádio Condestável (Sertã), tendo sido correspondente do Correio da Manhã e do 24 Horas. Entre 2007 e 2011 implementou o projeto *Educação para os Media no Distrito de Castelo Branco*, concebido a partir da tese de doutoramento na Universidade de Lisboa sobre jornais escolares. Leccionou no Instituto Politécnico de Castelo Branco, Universidade Nova de Lisboa, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e Universidade de Hosei (Tóquio), e integrou programas do Conselho da Europa e da União Europeia para a diversidade inclusiva e participação democrática nos media. Colaborador do Observatório Europeu do Jornalismo, é pós-doutorado com uma tese sobre redes sociais e a nova literacia dos media, que deu origem ao livro *Investigação em Media Sociais – Uma Visão Glocal* (2016) e ao projeto comunitário que coordena em Odivelas. É coautor de *Mobile Learning through Digital Media Literacy* (2017) e, no âmbito do projeto *Educação para a Cidadania Digital*, de *Digital Citizenship Education – Overview and new perspectives* (2017). A entrevista presencial foi realizada em Castelo Branco a 25 de dezembro de 2017.

**Tendo em conta que, como dizia W. James Potter no livro *Media Literacy*, “os media não são uma janela transparente para o mundo”, a educação para os media e a literacia digital são indispensáveis no sentido de preparar os cidadãos para se tornarem receptores e produtores críticos e esclarecidos de mensagens multimédia. Algo também importante quando falamos na função social dos media de proximidade, e em particular das televisões de âmbito local e regional.**

As pessoas não têm a noção de que as mensagens media são construções da realidade. Como não é um processo automático e dão trabalho a desconstruir, estas têm que ser preparadas para as interpretar. Um dos princípios fundamentais é que todas as

mensagens media são feitas para ganhar dinheiro ou poder, para atingir certas pessoas em determinadas situações. A estratégia comercial do The Economist vai nesse sentido. O tipo de história oferecida varia em função da pessoa, hora ou dispositivo. Como as pessoas já não vão à procura das notícias, tenho que permitir que a história passe da rádio para o telemóvel, computador ou *tablet*. Facebook, Google, Yahoo e Apple conseguem enviar-nos uma mensagem personalizada, porque através das redes sociais têm acesso a entre três a cinco mil dados. As mensagens são personalizadas, mas os media não adivinham. Trabalham com análise de dados, o petróleo do século XXI, e as pessoas não têm essa noção. A ideia não é criar televisões locais ou regionais para acabar com as rádios, que têm um papel fundamental na proximidade, sobretudo quando os níveis de literacia da leitura são muito baixos. Elas terão o mesmo problema das televisões nacionais, porque em termos europeus os nossos media nacionais são media locais. A RTP não pesa nada na Europa, a SIC ainda menos. E a crise do modelo de negócio é geral. Não se descobriu uma alternativa à passagem da publicidade para o *online*, porque esta foi atrás de outros media. Dizia-se que o BuzzFeed iria substituir entidades como a BBC, mas aquele modelo também já não funciona. Segundo uma teoria da Julia Cagé<sup>49</sup>, se o ensino superior e a investigação, que representam mais de um por cento do produto interno bruto francês, norte-americano ou português, são financiados sobretudo pelo Estado, e não é por isso que os resultados são outros, porque é que os media não podem sê-lo também? Não têm que ser propriedade do Estado, mas se queremos media independentes e plurais, têm que ter dinheiro. Não podemos é deixar uma televisão, rádio ou jornal nas mãos de uma câmara municipal. O financiamento tem que acontecer a outro nível, para os jornalistas não fazerem jornalismo de microfone e porem os presidentes a dizer o que querem. Isso não é jornalismo, são relações públicas.

**Cada vez mais falamos de serviço público de media, enquanto espaço digital multiplataforma, de acesso universal, também ele com responsabilidades nesta**

---

<sup>49</sup> Falido o tradicional modelo de negócio, e posto que a independência editorial de um órgão de comunicação social depende em grande parte das suas receitas, a tese é defendida em *Salvar os Média: Capitalismo, Financiamento Participativo e Democracia* (2015). No livro, a economista propõe um novo modelo económico e jurídico para as “organizações de média sem fins lucrativos”, entre a fundação e a sociedade por ações, baseado no *crowdfunding* e na gestão partilhada.

**matéria. Mas em Portugal, onde este conceito ainda é turvo, os media nacionais estão distantes das comunidades, o que resulta num défice de participação cívica.**

Primeiro é preciso perceber que concepção os cidadãos portugueses têm de serviço público. As pessoas não entendem que este está ali para as servir, antes que é um media nas mãos do Estado, que nos diz o que quer e ficamos convencidos. Isso não é serviço público. Serviço público é prestar informação de qualidade, diversificada, dar voz a todas as tendências. Em Portugal, os comentadores que fazem opinião pública são homens com 35 a 50 anos e profissionais liberais ligados à política. Logo, alguém que nunca tenha estado ligado a um partido onde tem direito a comentar? Normalmente são jornalistas, e como as pessoas já não sabem quando estes estão a fazer opinião ou jornalismo, acham que é a mesma coisa. Há limitações graves que deviam ser resolvidas havendo financiamento e uma separação clara, explicando às pessoas o que é serviço público. A RTP, no contrato de concessão, diz que uma das coisas que tem que fazer é literacia dos media<sup>50</sup>. A questão é como. Tem que fazer isso, tal como a Lusa e os media privados. A literacia dos media não é aprender com os media, é aprender acerca dos media, produzindo também e analisando criticamente os seus conteúdos. Os media afastam-se do cidadão alegando que este não participa. Têm um medo terrível dos cidadãos não controlados, e isso elitiza e cristaliza os media, porque a agenda é feita por um pequeno grupo social.

**A resolução final do último congresso de jornalistas apela à promoção da literacia mediática. Em *Nós, os media*, o jornalista norte-americano Dan Gillmor considera que o público deve participar na construção da notícia e na cobertura de áreas ignoradas. No Reino Unido ou em França existe um histórico de práticas inclusivas. Mas ainda que sejamos todos media, não quer dizer que todos sejamos jornalistas.**

No caso do Reino Unido, as coisas são diferentes porque, através do British Film Institute e de outras entidades, fizeram trabalhos de literacia dos media fantásticos

---

<sup>50</sup> Ainda que tal obrigação específica não seja explícita na Lei da Televisão e na Lei da Rádio, a “formação crítica de públicos”, em articulação com o Portal Ensina e a Academia RTP ou com a participação da empresa no Grupo Informal sobre Literacia para os Media, é parte das linhas de orientação do CGI definidas em 2015, às quais se deveria subordinar o projeto estratégico da RTP.

com os cidadãos<sup>51</sup>. O jornalista-cidadão não vai substituir o jornalista. Pode colaborar com ele, e o jornalista tem que ser capaz de usar aquilo em função de outras fontes porque está sujeito a um código deontológico e tem a obrigação de fazer a verificação de fontes. Em Portugal tivemos isso com a literacia do cinema, os cineclubes de Faro ou Viseu, algumas associações também tentaram, mas foram coisas muito débeis e localizadas. Em França, o CLEMI, uma estrutura do Ministério da Educação com sede em Paris, tem feito um trabalho fantástico. Todos os anos, a semana dos media junta jornalistas de mais de mil empresas e quatro milhões de estudantes a produzirem jornais, a fazerem televisão e rádio ou conteúdos para a Internet nas diferentes plataformas<sup>52</sup>. Com o que aconteceu no Charlie Hebdo, a França voltou a acordar para isto em janeiro de 2015. E quando os técnicos foram às escolas falar com os miúdos, que achavam que o jornal se estava a meter com os árabes, quando lhes explicaram que o Charlie Hebdo já tinha sido condenado em tribunal dezanove vezes, disseram não saber, que isso nunca fora notícia. Este esforço localizado tem que ser contínuo ao longo da vida. Não basta permitir aos cidadãos que produzam ou reproduzam media, porque isso é o que fazem nas redes sociais, que estão cheias de lixo. E eles não produzem de forma crítica e reflexiva, com um objetivo. A literacia dos media tem que começar no pré-escolar e que ser também setorial, porque quem mais sabe de media são as pessoas que os produzem. E os jornalistas não sabem só analisar tecnicamente um conteúdo. Pôr os jornalistas a trabalhar com professores é fundamental, porque são duas áreas sociais altamente corporativas e sempre de costas voltadas, apesar de uns falarem muito sobre os outros. Conseguimos pô-los ao serviço de uma lógica de abertura à sociedade, porque a ideia é formar os alunos e mudar as famílias. E mudando as famílias mudamos a sociedade.

---

<sup>51</sup> Entendendo a literacia dos media com imagem em movimento como uma competência básica dos alunos, nas áreas da sétima arte e da televisão o Instituto do Cinema Britânico tem providenciado recursos educativos e formação aos professores, bem como realizado eventos nas escolas.

<sup>52</sup> O evento promovido pelo CLEMI – Centro de Educação para os Media e a Informação envolve 1850 meios de comunicação e mais de 200 mil professores de 17 mil estabelecimentos de ensino até ao secundário com o objetivo de ajudar os alunos “a compreenderem o sistema mediático, a formarem o seu julgamento crítico, a desenvolverem o gosto pela atualidade e a forjarem a sua identidade cívica”.

**Das declarações de Grünwald, Braga e Bruxelas à diretiva europeia<sup>53</sup> que reconhece a importância da literacia mediática para a inclusão digital e para as vivências comunitárias, está assente que essa formação se deve fazer ao longo da vida e incluir os profissionais da comunicação. No caso português, diz ser necessária uma educação para os media imersiva e interpretativa. Vários órgãos de comunicação social têm ajudado os mais novos a aprenderem a analisar as mensagens dos media e a produzirem conteúdos utilizando a escrita ou a linguagem audiovisual, mas muitos deles continuam afastados do cidadão.**

De acordo com os estudos do OBERCOM, cerca de um em cada cinco cidadãos portugueses não tem acesso à Internet. São sobretudo idosos, e vivem em zonas mais rurais. Há um défice de informação brutal. Pode existir até um senhor que fala por Skype para a Austrália, mas alguém lhe liga o computador, e ele não sabe ver o mail ou o que é o Facebook. A tecnologia não resolve o problema, e os media não estão próximos do cidadão. Só foram a Pedrógão Grande porque estava tudo a arder e morreram muitas pessoas. No caso do serviço público e da proximidade, o *agenda-setting* e esses critérios de noticiabilidade ou valores de notícia têm que ser invertidos. Os cidadãos têm direito a serem informados ao nível de junta de freguesia porque, no máximo, são informados ao nível de câmara municipal ou de região administrativa. Então porque não posso localizar, e não só regionalizar, essas notícias? Aí, o jornalista-cidadão é fundamental para trabalhar com o jornalista. E o jornalismo comunitário ajuda a melhorar o desempenho da comunidade.

**Além de ser necessária a literacia dos media, falta formação em jornalismo de proximidade, visto como de segunda. Isso é também um entrave ao surgimento de televisões locais e regionais, tenham ou não apoio da comunidade ou do Estado?**

Neste momento estou a lecionar de novo na universidade, no curso de jornalismo, e tive dificuldade em explicar aos alunos que ser jornalista não é ser apresentador do telejornal nem de programas que, ainda que tenham entrevistas, são entretenimento.

---

<sup>53</sup> Considerando ser necessário “reforçar a capacidade crítica do público e a educação para os media”, de modo a que os media sejam usados “de forma eficaz e segura”, a Diretiva 2007/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho reforça medidas previamente recomendadas como “a formação contínua de professores e formadores, a aprendizagem específica da Internet destinada às crianças” ou “a organização de campanhas nacionais” sobre “a utilização responsável da Internet.”

Isso são relações públicas. Jornalismo é uma coisa diferente, não é feita por estrelas de televisão. É preciso mudar isto na faculdade, e atribuir valor ao jornalismo de proximidade. Isso só se faz alterando todo o modelo e estrutura. Um jornal maioritariamente financiado pelas câmaras está nas mãos delas. E por mais que os jornalistas sejam isentos e façam um excelente trabalho, quem manda neles não sei se é assim. É preciso fazer literacia dos media para jornalistas, mas também para diretores, editores ou decisores políticos, nas escolas e para os cidadãos. O cidadão está preparado para meter rótulos nas coisas. Como aquele jornal é de não sei quem, só dá notícias do não sei quantos. Se fizermos uma avaliação de conteúdos, concluímos haver uma subjugação ou até autocensura dos jornalistas sobre determinados assuntos, e por diferentes razões. Mas temos que saber quais é que não são assim, porque há jornalistas de excelência e outros que não percebem nada daquilo. O jornalismo de proximidade não é mais difícil que o nacional. A pessoa que faz jornalismo económico no Expresso também sabe fazê-lo no The Wall Street Journal? Eventualmente não. Recentemente estive a formar jornalistas de um órgão de informação nacional, que trabalha 24 sobre 24 horas, e uma das coisas que discutíamos era se o conhecimento que temos permite fazer jornalismo local e internacional, se posso ir trabalhar para a revista TIME ou ir fazer reportagens para a The Economist e falar sobre a captação de petróleo na Austrália.

**Havendo uma rede de instituições de ensino superior com recursos e meios tecnológicos, os quais funcionam como laboratórios audiovisuais, e tendo estas forte ligação ao tecido económico, social e cultural das regiões onde estão, faz sentido que os profissionais aí formados queiram antes trabalhar num media nacional?**

Já não tem sentido, mas há uma possibilidade. A UBI tem televisão e jornal *online*<sup>54</sup>, mas o politécnico de Castelo Branco, que tem melhores estúdios do que algumas televisões e é uma instituição com *know-how*, pode fazer um trabalho de serviço comunitário na formação dos profissionais e de públicos através de uma televisão

---

<sup>54</sup> Para além da TUBI – Televisão Universitária da Beira Interior e do Urbi et Orbi – Jornal Online da UBI, da Região e do Resto, laboratórios dos alunos da licenciatura em Ciências da Comunicação e do mestrado em Jornalismo criados em 1999 e em 2000, respetivamente, desde 2003 que existe também na instituição a RUBI – Rádio Universitária da Beira Interior.

local/regional<sup>55</sup>. Uma das coisas que propus quando fui professor em Castelo Branco foi fazermos uma licenciatura que juntasse engenharia com design e comunicação. Isso dava um curso único, em que as pessoas podiam trabalhar *back office* e *front office*. Era uma tendência que estava a nascer na América, mas que em Portugal ainda só existe no politécnico de Leiria. Aqui houve falta de visão, porque os cursos se criam em função dos profissionais que temos e não dos que precisamos para formar outros profissionais. Perdeu-se uma excelente oportunidade, mas ainda se pode fazer, porque os profissionais estão cá e os outros bons são fáceis de ir buscar. O politécnico não tem que estar subjogado ao poder, porque isso funcionaria. E não precisa de adquirir meios, porque já os tem. Só precisa de formar pessoas.

**No interior do país, onde a população é idosa e consome maioritariamente televisão tradicional, a Internet não parece ser uma plataforma ajustada à oferta de proximidade, pois não garante o acesso universal. Um modelo alternativo de produção local, trabalhado com as comunidades, tem sido explorado por instituições académicas, algumas delas com programas emitidos também na RTP 2. É o caso da Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa, da Escola Superior de Educação de Coimbra e da Universidade Aberta.**

Em França isso é comum ao nível da televisão e até da rádio, e há uma participação efetiva dos cidadãos através do ensino superior<sup>56</sup>. Não me parece é que se consiga projetar o país em termos europeus a partir de conteúdos feitos nas universidades. Talvez numa BBC, porque esta permite chegar à antena internacional, mas são países com outros meios. Não temos capacidade, e o nosso media mais internacional é a agência Lusa. Mas temos a RTP Internacional, podemos usá-la. Não tem é sentido usar a antena pública dependendo de iniciativas privadas ou de instituições para fazer protocolos. Pelo menos há que dar meios e tempo a todos os que querem fazer algo.

---

<sup>55</sup> O interlocutor refere-se a dois projetos audiovisuais da instituição: a ZIP TV – Zona Interactiva Politécnica, canal interno que entre 2004 e 2006 funcionou como espaço de aprendizagem dos alunos da Escola Superior de Artes Aplicadas, e a Beira TV, *web tv* regional que entre 2007 e 2015 forneceu conteúdos informativos, educativos e culturais sobre os distritos de Castelo Branco e Guarda.

<sup>56</sup> Exemplo da diversidade de recursos pedagógicos audiovisuais disponibilizados em rede pelas instituições de ensino superior e pelos centros de investigação franceses no âmbito das Universidades Digitais Temáticas é o Canal-U, videoteca digital com mais de 25 mil conteúdos.

Porque senão dá a ideia que quero ir para a Escola Superior de Comunicação Social em Lisboa para aparecer na televisão, e não para a Escola Superior de Artes Aplicadas em Castelo Branco, porque aí não apareço. Voltamos ao problema do vedetismo, e isso não é jornalismo.

**Não estando os operadores privados interessados na oferta audiovisual de proximidade, esta deveria passar pelo operador público, sobretudo em meios desfavorecidos em termos demográficos e económicos, onde é mais importante salvaguardar um mínimo de informação e de deenvolvimento com a comunidade?**

Tem que passar por um operador público, porque um privado só o faria ganhando dinheiro. E chega muito mais facilmente às pessoas. Quando falamos com crianças ou adultos, o media em que mais confiam é a televisão. Aprendermos a ver imagem e som ao mesmo tempo é mais fácil, exige menos reflexão do que estar só a ler. E hoje temos um cidadão que interpreta pouco e quer as coisas diretas. Em meios deprimidos, a televisão poderia aumentar a literacia. A RTP tem os Arquivos RTP, e só na RTP Ensina faz literacia dos media. Mas como se faz isto a uma população em zonas deprimidas ou numa escola do Restelo? Não é a mesma coisa. Quando estive na Guiné-Bissau, uma das questões que eu e dez jornalistas de lá discutimos foi se podíamos ter programas de rádio e televisão que explicassem como fazer outras comidas, para não comermos arroz de manhã à noite. Isto também é literacia dos media, mas com conteúdos diferentes. É uma intervenção social através dos media.

**Noutras latitudes onde público e privado não correspondem, é notória a importância dos meios comunitários. Ainda que com pouca tradição na Europa, o terceiro setor deveria poder intervir, apesar dos defeitos da proximidade demasiado próxima?**

Seguramente que pode ter um papel. Mas só não será mais do mesmo se tiver dimensão e regras claras, não de subjugação, mas de auto produção. Há organizações não-governamentais para o desenvolvimento, ou até da área ambiental, que têm trabalhos de media que atravessam a lógica comunitária nacional e até internacional. E fazem trabalhos fantásticos em África, porque os media internacionais a mostram como um país só, e em África não moram todos debaixo de árvores e comem mandioca. Portugal talvez seja demasiado pequeno para que o terceiro setor consiga algo, porque é dominado pelos outros. É como se quiséssemos fazer um clube de

futebol amador que pudesse participar num campeonato nacional. Isso era impossível, porque alguém iria profissionalizar o clube.

**Não faltará também um cidadão com um sentido mais apurado de serviço público, isto é, que reclame o direito ao espaço reminescente no audiovisual ou que exija legislação mais favorável, dadas as condições de acesso à atividade televisiva não serem as adequadas à generalidade dos operadores locais e regionais?**

No que diz respeito não apenas à realidade em geral, mas sobretudo aos media, a maioria das pessoas só sabem algo da espuma dos dias, não leem aprofundadamente. E tendem a reproduzir opiniões que leram em jornais ou que ouviram num programa de rádio e em conversas de café. Tudo o que for criar coisas novas e que tenha a ver com media, regionalização política ou novos serviços locais, pensam que se estão a criar mais uns tachos. É um problema de base, porque as pessoas não sabem o que quer dizer serviço público. A maioria tem opinião sobre tudo, mas não sabe o significado das palavras. Como diz o Adelino Gomes, se fizermos análise de conteúdo às palavras mais usadas nas principais notícias dos telejornais, e formos à rua perguntar o significado de serviço público, as pessoas não sabem o que quer dizer porque é uma coisa que depende do Estado e só serve para chupar dinheiro às pessoas. Não entendem o que é, e por isso não lhes interessa nada. Só conseguimos ter melhores media se tivermos melhores pessoas. Uma vez, os meus alunos disseram que o Correio da Manhã não presta. Respondi-lhes que os jornalistas que lá trabalham, se forem para o Público ou para o Expresso, fazem na mesma um trabalho fantástico. O Correio da Manhã é o melhor jornal português, porque é o mais adaptado à maioria da população. E é o mais vendido, porque está muito bem feito para as classes B, C e D<sup>57</sup>. E se tivéssemos público de classe A, os jornalistas de lá eram capazes de fazer um jornal como o Público ou melhor. Quem tem que mudar são as pessoas do Público, não os media. Se passar a fazer um Público, o Correio da Manhã vai à falência porque as pessoas só são capazes de ler e de interpretar coisas muito simples, que não obriguem a pensar demasiado.

---

<sup>57</sup> Segundo a APCT, em 2007 o título da Cofina teve uma quota de mercado de 59,5 por cento na imprensa generalista, vendendo em banca uma média de 86.519 exemplares por dia.

**Tal como a função social das televisões de proximidade estava por definir nas clandestinas dos anos de 1980, a meio da década de 2000 não se pensou na situação económica das televisões locais e regionais na Internet, facilitando o desinteresse dos media nacionais pelo país real. Mais uma vez, o Estado ignorou o seu papel?**

O Estado faz o costume, que é criar das leis mais avançadas da Europa. Elas são eficazes, mas algumas não têm aplicação em determinados setores em Portugal. As leis têm que ser regulamentadas de outra forma, e precisam de ser muito claras sobre quem pode aceder. Não pode haver uma televisão em cada porta, porque senão não há espaço para ninguém e acaba tudo. A nível local, as pessoas vão querer controlar a informação. Políticos, ou testas de ferro em seu lugar, vão comprar essas licenças para criarem algo que lhes seja conveniente, ou para impedirem que outros o façam. Mesmo que se criem condições, isso não pode acontecer, porque ou não teremos televisões, ou vamos ter pés de microfone, que não servem para nada porque a comunidade não vai lá estar representada. O regime de propriedade também tem que ter regras muito claras. Como as empresas não terão grande viabilidade financeira, têm que haver associações e regras precisas, porque todos os cidadãos têm direito a participar. E se na associação houver ilegalidades, isso é revogado. Tem que se trabalhar muito, até numa lógica de organizações não governamentais, mas com uma fiscalização efetiva por parte dos media. E essa fiscalização não é política, é técnica.

**Estará o cidadão consciente desta necessidade? Vendo a oferta existente, alguma a cargo de meios de proximidade que ampliaram os conteúdos multiplataforma e apostaram no vídeo, existe a convicção de que tudo se encontra na Internet.**

Se olharmos para o discurso jornalístico em si, ele é bíblico: apresenta um problema e a solução. Leio algo, e fico a saber tudo o que aconteceu. Na verdade, não fico. Fiquei é a saber um ou vários ângulos sobre determinado assunto, aquilo que querem que eu saiba e pense, ou aquilo que o jornalista conseguiu transmitir com o que apurou, o que tem a ver com fontes e com o acesso à informação. Não é uma manipulação controlada pelo jornalista, mas uma produção. Depois as pessoas também têm a sensação que têm tudo, e de forma gratuita, na Internet. Vou ao *site* da TSF, e tenho vídeo, foto, texto ou som. Mas se for à SIC Notícias ou a um jornal nacional, tenho a mesma coisa. Desde 2000 que estão na Internet, e em 18 anos aprenderam muito.

Temos a sensação que não é preciso mais nada. E se calhar temos media a mais para o país que temos. No meio desta panóplia, não temos é media que sirvam os cidadãos. Temos media que servem poderes e que servem comercialmente as empresas que os detêm. A RTP presta um serviço público na informação e a outros níveis, mas este tem que ser prestado também por privados. Para dar igualdade de oportunidades aos cidadãos, não pode ser um serviço público na Internet, quando vinte por cento dos cidadãos portugueses não a usam. Estaria a fazer serviço público para oitenta por cento da população, quando toda ela paga. Se forem organizadas para cumprir a sua missão, junto das pessoas as televisões de junta de freguesia são fundamentais para fazê-las compreender que fazem parte do espaço mediático e do mundo. E não vão olhar para a televisão para ver o que aconteceu no mundo. Interessa-lhes é o que está a acontecer na bolha em que vivem.

**Se em Portugal, como diz, temos media locais disfarçados de media nacionais, por outro lado os órgãos de comunicação social de proximidade permitem uma maior representatividade do cidadão e o envolvimento da comunidade.**

Facebook ou Google procuram envolvimento, e quanto mais tempo melhor. Aí o que se procurava era o mesmo, mas dando espaço às pessoas e não explorando para receber dados ou ganhar só com os anúncios. É uma lógica diferente de envolvimento. Mesmo que haja uma estratégia comercial, esta tem que ser comunitária. O serviço público também pode ser financiado comercialmente, mas não tem que ser só assim. Se percebermos as pessoas que seguem a televisão, conseguimos ir ao seu encontro com temas que lhes fazem sentido.

**Tal como fazem certas universidades, os cibercentros poderiam ter ajudado a impulsionar o audiovisual local e regional. O consórcio tinha como propósito facilitar o acesso às tecnologias da informação, mas parte da infraestrutura instalada, a qual incluía estúdios de televisão, nunca foi rentabilizada ou sequer posta a funcionar.**

Por vezes começamos com a ideia de aonde chegar, mas as políticas mudam e as coisas alteram-se completamente. Umhas entidades até podiam colaborar com as outras. Depois, em certas ocasiões tornam-se instituições amorfas, que não fizeram nada para fora, mas impedem que outras o façam. Tinha sentido, e não me parece que a lógica da Fundação para a Divulgação das Tecnologias da Informação não

funcionasse. Mas quando falamos de televisão, algo que as pessoas consomem e em que acreditam, isso assusta os políticos, os economistas, os gestores e quem vive à sombra deles. Em 1990 tínhamos propostas de televisão do Proença de Carvalho, do Pinto Balsemão, e da TVI, que era da Igreja. O PSD prorrogou ao máximo, e só em 1992 é que as privadas começaram a emitir. Em 1993, e ao contrário do que o Cavaco Silva esperava, as televisões fizeram-lhe a vida negra por causa das presidências abertas do Mário Soares e da crise internacional. Dada essa experiência, os políticos têm um medo enorme do que a televisão possa fazer. Então a ideia é: vamos arrancar com isto, mas paramos já amanhã antes que façam alguma coisa.

**Havendo condições técnicas e legais para que o audiovisual de proximidade se organize e consolide, conseguirá o país colmatar o défice de maturidade no setor?**

As grandes mudanças começam de baixo para cima. Se tivermos melhores cidadãos, que exijam melhores media, os políticos vão ter que se calar. E a economia vai acompanhar os cidadãos, porque é com eles que ganha dinheiro, não com os políticos.

## **Apêndice F: Entrevista a José-Manuel Nobre-Correia (mediólogo e professor emérito da Universidade Livre de Bruxelas)**

Natural do Fundão, o politólogo de formação e especialista em media José-Manuel Nobre-Correia é professor emérito da Universidade Livre de Bruxelas onde, entre 1971 e 2012, foi investigador e docente de informação jornalística ou história e socioeconomia dos media europeus, e dirigiu o Observatório dos Media na Europa. Lecionou na Universidade Paris II e na Universidade de Coimbra, fez parte do conselho científico do Instituto Europeu de Media (Düsseldorf) e coordenou a redação europeia da Médiapouvoirs (Paris). Membro dos conselhos editoriais das revistas *Politique* (Bruxelas), *Telos* (Madrid) e *Infoamérica* (Málaga), do conselho consultivo da *Metacrítica* (Universidade Lusófona) e da redação da *Mediapolis* (Universidade de Coimbra), é correspondente da *Tecnologia e Sociedade* (Universidade Tecnológica Federal do Paraná) e dos *Cadernos de Comunicação* (Universidade Federal de Santa Maria). Nos anos de 1990 o autor de *A Cidade dos Media* (1996), livro sobre a revolução mediática em Portugal, foi responsável pela coluna *Mediapolis* (*Expresso*), e nas décadas seguintes pela rubrica *Planeta Media* (*Diário de Notícias*) onde refletia sobre o audiovisual europeu, os media e o jornalismo. Articulista nos blogues *Notas de Circunstância* e *A Vaca Voadora*, escreve ainda no *Público*, *Jornal do Fundão* e *Agenda Setting*. A entrevista presencial foi realizada no Fundão a 29 de dezembro de 2017.

**Mesmo que com características demográficas, económicas ou socioculturais muito diversas, a maioria dos países europeus tem televisão local e regional.**

A televisão está ligada às realidades históricas, que se traduzem na complexidade cultural e na organização administrativa do Estado. A televisão regional é mais forte em países como a Alemanha, um país federal. E a Grã-Bretanha, com a ITV, que nasceu em 1955 como federação de estações regionais, é um caso singular. Alemanha e Itália são países de unidade tardia, que datam da segunda metade do século XIX. A Itália tem identidades próprias e uma fragmentação linguística. Há dois diários de língua alemã do lado do Tirol, e regiões onde se fala francês, albanês. Mas os três grandes são o *Corriere della Serra*, de Milão, o *La Repubblica*, de Roma, e o *La Stampa*, de Turim. Em França, país extremamente centralizado e onde o fenómeno é menos importante, a

imprensa de referência está em Paris. Já na Espanha, que o sociólogo Henri Mendras dizia ser o último império na Europa Ocidental, e pela fragmentação cultural, os diários nacionais são quatro em Madrid e dois em Barcelona, mas há outros importantes como La Voz de Galicia, com mais tiragem que qualquer diário português, ou El Correo Español, em Bilbao.

**Refém do “provincianismo nacional”, à margem das “revoluções tecnológicas, económicas e editoriais”, e com um jornalismo “pouco preocupado com a cidadania”, diz que Portugal continua arredado da realidade cultural e mediática europeia. É por isso que no país a televisão de proximidade é tão distinta da dos restantes estados comunitários?**

Para já, há os aspetos simpáticos da realidade portuguesa. É um país velho, com nove séculos de história e a configuração geográfica do século XII, a que se acrescentou o Algarve. É um país macrocéfalo, como dizia um célebre geógrafo português. Da população à vida económica, cultural ou política, está tudo centralizado em Lisboa, que continua a ser a capital do império. E isso tem consequências em termos de media, que estão longe de serem superadas. A imprensa diária é a mais miserável de todo o continente europeu. É o país onde, com exceção da Roménia, se leem menos diários por mil habitantes, e se vendem menos jornais. No Luxemburgo, com 500 mil habitantes e uma fragmentação linguística oficial entre o francês, o alemão e o luxemburguês, o Luxemburger Wort<sup>58</sup> tinha 80 mil exemplares de difusão. Em Portugal, havendo uma identidade e língua próprias, as pessoas compram o jornal, ouvem a rádio e veem a televisão do país, se bem que nos programas de entretenimento não é preciso compreender a língua. Há dois jornais diários em Braga, um no Porto, em Aveiro, em Viseu e em Évora, dois em Coimbra e quatro em Lisboa. Tudo está concentrado na faixa costeira que vai de Braga a Setúbal, deixando de parte a faixa interior entre Trás-os-Montes e o Algarve, exceto Évora, que tem o Diário do Sul. Na Alemanha, a estrutura federal foi imposta pelos aliados depois da Segunda Guerra Mundial para fragmentar o poder e impedir o Estado central de voltar a ter a

---

<sup>58</sup> Para além das edições em francês e em inglês, o diário de língua alemã, propriedade do grupo editorial Saint-Paul Luxembourg, conta com uma versão portuguesa: o semanário Contacto.

mesma força. E em 1954 criou-se a ARD<sup>59</sup>, não uma televisão nacional. Surgiram estações regionais nos estados federados como a Renânia do Norte-Vestefália ou a Baviera, e cada uma, a certa altura do dia, intervinha com uma, duas ou três horas de emissão, difundida a nível nacional. Na Grã-Bretanha já havia o primeiro canal e, depois da Segunda Guerra Mundial, quando o Partido Conservador chega ao poder, os meios económicos quiseram introduzir publicidade na BBC. A disputa era se o segundo canal seria público e sem publicidade, ou privado e com publicidade. As televisões regionais, que se ocupavam da informação regional e local, reuniram-se para criar uma empresa que tratasse da informação nacional e internacional. E em 1955, num modelo idêntico ao alemão, surgiu a ITN – Independent Television News. A BBC 2 só foi criada em 1962, de novo sem publicidade. Na televisão francesa, a situação é diferente. Criou-se um primeiro canal, privatizado depois de indigitarem o governo de direita a fazê-lo. Surgiu o segundo, e em 1972 é criado aquilo que é hoje a France 3<sup>60</sup>. Em consequência dos reagrupamentos a nível da administração pública, houve grandes transformações. Mas eram 12 emissões regionais, com desdobramentos à hora do almoço, ao fim da tarde e à noite, quase em fim de emissão. No sistema espanhol, decidiu-se que o terceiro canal seria criado pelas autonomias, e não pelo Estado central. Praticamente todas as regiões têm, o que foi financeiramente insustentável. E se algumas tinham apenas um canal, na Catalunha iam já em dois ou três de televisão e quatro de rádio.

**Foi a primeira série de canais regionais públicos, criados na década de 1980 na Catalunha, País Basco, Galiza ou Andaluzia. Uma oferta que seria ampliada três décadas depois, com a passagem para a TDT e o subsequente dividendo digital.**

---

<sup>59</sup> O consórcio público descentralizado agrega nove estações de televisão regionais e respetivos serviços de rádio, cuja produção alimenta o canal nacional Das Erste e as versões internacionais da Deutsche Welle. Com a congénere federal ZDF – Zweites Deutsches Fernsehen coloca no ar os canais 3sat (generalista), Tagesschau24 (notícias), KiKA (programação infantil) e Phoenix (documentários), enquanto que com a afiliada bávara produz a ARD-alpha (programação educativa).

<sup>60</sup> Desde a sua criação que o terceiro canal nacional da antiga ORTF – Office de Radiodiffusion Télévision Française, mais tarde France Régions 3 e FR3, está orientado para uma programação de proximidade, a cargo dos centros de produção que asseguram os espaços informativos regionais.

No caso belga havia a televisão nacional, e a partir de 1976 foram criadas, na comunidade francófona, as televisões comunitárias<sup>61</sup>. A certa altura, os belgas francófonos tiveram problemas, porque a comunidade flamenga se estava a afirmar cada vez mais, e descobriram que os francófonos do Quebeque se impunham perante a sociedade anglófona com televisões comunitárias. Depois estas passaram a chamar-se televisões locais, porque o termo começou a ser confuso. A última foi criada em meados de 2000, quando há doze de língua francesa e onze de língua neerlandesa. Já havia onze televisões no sul do país – a décima segunda apareceu muito depois –, quando no norte não havia nada. Só surgiram depois de 1993. As do sul estão associadas aos operadores de cabo. Havia muitos, mas não uma unidade dessas redes com os interesses públicos. Era uma parceria a três, uma conjugação de privado e público mais os representantes da sociedade local. O que aconteceu indispsôs bastante os organizadores, porque caiu na televisão do burgomestre, do presidente da câmara. No norte a coisa foi posta a concurso, e os jornais envolveram-se muito nas televisões locais da Flandres. No caso da Itália, precursora das rádios e televisões livres logo no início dos anos 70, foi uma proliferação caótica, que também se estendeu ao digital, porque quem quis lançava coisas de todo o género, começaram a comprar as mais ridículas e baratuchas da produção americana, e destruíram a produção de cinema italiano. O Corriere della Sera e os grupos de imprensa interessaram-se, mas foi também um fracasso. Como a malta estava farta de só ter duas televisões da RAI, então muito mais controlada pelo governo no poder, a certa altura o Berlusconi, homem da construção civil e do imobiliário, criou o Milano Due, um bairro na periferia de Milão. E ao por um videogravador na casa do porteiro do prédio, as pessoas podiam aceder às imagens difundidas.<sup>62</sup>

**Referindo-se às televisões de proximidade em mercados do centro da Europa como o belga, e chamando já a atenção para a fragilidade financeira destas, num artigo**

---

<sup>61</sup> Segundo o autor, as emissoras da Flandres “funcionam numa perspetiva mais comercial”, “na órbita de grupos de imprensa”, enquanto que as da Valónia, com “um estatuto «não lucrativo»”, e que se regem “por critérios socioculturais”, dependem “dos subsídios públicos” (Expresso, 28/02/1998).

<sup>62</sup> Em 1974 a Telemilanocavo começou a emitir na rede de cabo do centro residencial na comuna de Segrate. Dois anos depois, a antecessora do Canale 5 da Mediaset chegava ao éter, já como Telemilano 58, sendo mais tarde substituída pela TeleMilano Più Blu Lombardia.

**elencava quatro fatores que favorecem o aparecimento das estações regionais – extensão territorial, fragmentação geográfica, descentralização administrativa e pluralismo cultural ou linguístico –, enquanto que “particularismos socioculturais” estarão na origem das emissoras locais.**

Há televisões regionais dos anos 50/60, como é o caso alemão e britânico, que são institucionais e vêm das autoridades do Estado. Nos anos 70 surgem as rádios e as *téles libres*<sup>63</sup>, cujo modelo inicial é o da espontaneidade italiana<sup>64</sup>. Depois na Bélgica de língua francesa há o modelo das televisões comunitárias de inspiração quebequense, a noção de comunitarismo. Para utilizar uma terminologia portuguesa da altura, a ideia era dinamizar a vida cultural a nível local – depois passou a ser mais regional – por intermédio da televisão, posto que noventa e tal por cento dos lares belgas tinham cabo. Em 1966, quando cheguei à Bélgica, já víamos a televisão do Luxemburgo, França, Países Baixos e Alemanha.

**Bélgica e Holanda tinham das maiores taxas de penetração da televisão por cabo da Europa, ao contrário de Portugal, onde a difusão era sobretudo hertziana.**

Mais tarde, nos anos 80/90, é o cabo que se generaliza. Eu estava convencido que a implantação da fibra ótica em Portugal ia ser um fracasso financeiro, dado que na Bélgica, Países Baixos ou Escandinávia havia era o cabo coaxial. E o país estava a lançar-se numa tecnologia moderna, com os custos que isso significava. Foi um erro de cálculo, porque vigorou bem. Na Bélgica, nos anos 60/70, tínhamos as televisões dali à volta, mas não da Grã-Bretanha, por causa do Canal da Mancha. Depois o cabo e os satélites geoestacionários fizeram com que se saísse dos países limítrofes. Começa a haver a televisão italiana, porque há uma comunidade enorme na Bélgica. Depois a televisão inglesa, turca e portuguesa. Há muitos anos, uma aluna de origem turca nascida na Bélgica veio ver-me ao escritório, e a certa altura diz que se em casa, com os pais, antes viam a televisão belga e francesa, agora já só viam a televisão turca. Os

---

<sup>63</sup> Em França, as televisões associativas como as parisienses Télé Bocal ou Zalea TV, que se assumem como meios independentes e alternativos, assentes no voluntariado e na participação cívica, seriam apenas legalizadas em 2000, passando a enquadrar-se no terceiro sector audiovisual.

<sup>64</sup> Em 1971, a Telebiella foi a primeira televisão livre a quebrar, nas redes de cabo, o monopólio da RAI. Já na década de 2000, e invadindo o éter com emissores de curto alcance, seguiram-se as *telestreet* ou televisões de rua ou de bairro como a TeleMonteOrlando (Gaeta) ou a OrfeoTV (Bolonha).

media audiovisuais, que eram um fenómeno de integração na sociedade de acolhimento, hoje são uma vida por procuração com o país de origem.

**É aquilo a que chama “comunitarismo”, seja ele confessional, étnico ou linguístico. Fragmentação e alheamento sociais favorecidos pelo sistema mediático europeu.**

O termo é esse, da integração à comunitarização. Esta gente de uma emigração recente ou sem grande instrução e cultura, que dificilmente fala francês ou alemão, vive com a televisão portuguesa em casa e deixa de saber o que se passa no país onde vive. Cheguei a telefonar todos os dias à minha mãe, e ouvia na Internet a Rádio Cova da Beira ou a Rádio Jornal do Fundão. Antes era impensável. Em 1967, estava há oito ou nove meses na Bélgica quando telefonei pela primeira vez à minha família para dizer como tinham corrido os exames. Isto porque era preciso ir à estação dos Correios, e custava um dinheirão. As assinaturas eram caras, mas sempre recebi lá o Jornal do Fundão, o Expresso no princípio. Hoje estou farto das coisas entre flamengos e valões, e interessa-me é a minha terra.

**Possuindo referenciais culturais e sociais distintos, cada estado europeu tem também enquadramentos legais específicos. Que aconteceu nos países do sul para que em matérias como a proximidade ou o terceiro setor sigam desalinhados com os do norte? A erosão das paisagens audiovisuais regionais não realça a importância da produção e emissão locais?**

Na Europa do norte há também uma cultura de respeito das instituições e da legislação que não existe no sul. Em países como a Grécia, as televisões com maior audiência eram ilegais, e mais vistas que a televisão pública. Estações como a Rádio Caroline emitiam a partir de águas internacionais para Inglaterra, Bélgica ou Países Baixos. Depois, quando a proximidade era pouca, certas televisões também começaram a emitir para outros países. Desde o início que a rádio esteve em situação de monopólio na Grã-Bretanha, na Alemanha ou em Itália, onde as rádios e televisões livres não queriam saber da legislação, algo inconcebível na Escandinávia, na Alemanha ou em Inglaterra. Onde é que a rádio privada e pública coexistiram? No Portugal salazarista e na Espanha franquista. Em países como a França e Bélgica houve uma coabitação mais ou menos tolerada, o que acabou com a Segunda Guerra Mundial. Passou a haver monopólio da rádio, de novo exceto em Portugal e Espanha. Em França

havia a rádio pública e quatro privadas periféricas: a Radio Luxembourg, que veio a ser RTL – Radio Télévision Luxembourg; a Europe nº 1, que emitia a partir do Sarre, na Alemanha; a Radio Monte Carlo, no Mónaco; e a Radio Andorra. Por intermédio da SOFIRA – Societé Financière de Radio, o Estado francês intervinha no capital de três delas. Mas como o Luxemburgo se opôs a que isso acontecesse na Radio Luxembourg, foi por intermédio da Havas – agência de publicidade que antes da Segunda Guerra Mundial tinha sido agência de informação – que a França tinha o controlo.

**Em alguns dos exemplos que dava, o Estado definiu linhas mestras para a descentralização, a qual ocorreria de modo diferente na Alemanha e no Reino Unido.**

Na Alemanha, com o cabo passou a haver também muita iniciativa privada, e os grupos de imprensa começaram-se a envolver nas televisões locais e regionais. Até tiveram algum sucesso, enquanto que na Itália tal envolvimento foi um fracasso. Este fenómeno já pouco existe na Grã-Bretanha e em França, e em Espanha foram as comunidades autónomas que criaram as suas televisões e rádios, muitas só mais tarde legalizadas. A nível local também se tentaram criar sinergias em termos de emissão, compra e custos de produção, nomeadamente na Localia<sup>65</sup>, propriedade da Prisa, o grupo do El País, cujas televisões foram reagrupadas numa estrutura comum do ponto de vista financeiro e técnico.

**Em países como Espanha, a descentralização administrativa e a forte identidade das comunidades traduzem-se numa oferta de proximidade muito capilar, das televisões locais privadas aos desdobramentos nos canais regionais e nacionais públicos.**

No Luxemburgo, as televisões regionais não deram grande coisa, porque espaço e rentabilidade publicitária são pequenos. Havia quatro que funcionavam uma vez por semana, e uma delas estava ligada a uma escola. Tem que haver dimensão territorial, demográfica e económica. Se muitas empresas da Beira Interior quiserem favorecer a compra dos seus produtos, têm mais interesse em passar pela televisão que exista na Covilhã, Guarda ou Castelo Branco, do que na que emite em Coimbra. É preferível pagar a um media local/regional porque os preços são mais baixos, e o impacto

---

<sup>65</sup> A rede de televisões locais de âmbito nacional da Pretesa foi criada em 1999, e funcionou durante uma década. Tal como a Local Media Televisión, a Punto TV ou a Popular TV, as estações do grupo ou a ele afiliadas combinavam conteúdos comuns com a emissão de programas de produção própria.

publicitário é maior que num media nacional ou de outra região. E daria outro dinamismo económico, social.

**A missão de uma televisão de proximidade não se esgota na reprodução dos anseios de uma comunidade, devendo abranger o que está para lá do seu quotidiano.**

Um media de proximidade tem que privilegiar a informação e a publicidade local ou regional e, no caso da televisão e da rádio, a programação local ou regional. No entanto, sem esquecer que não se vive numa ilha isolada do resto do mundo. As pessoas da Beira Interior ou da Beira Baixa têm que ter um mínimo de cobertura da atualidade nacional e internacional, e de atenção ao que se passa no domínio musical, do cinema, do desporto. Mas esses têm que ser espaços minoritários. Quer dizer que haverá dez a vinte por cento de programação e de informação extra-local e extrarregional, e oitenta por cento consagrada às coisas da região, senão não tem sentido. O que interessa não é o concerto da Ana Moura em Lisboa, mas no Fundão ou Covilhã, para as pessoas procurarem os bilhetes e organizarem-se para ir. Isto partindo da ideia irrealista de que a pessoa só vê aquela televisão e só ouve aquela rádio, o que não é verdade. As pessoas veem que se passam outras coisas.

**Há virtudes e constrangimentos intrínsecos aos meios locais e regionais, sobretudo quando os agentes políticos e económicos estão demasiado próximos das redações.**

Há diários na Bélgica flamenga com doze edições regionais. Se tiverem 40 páginas, 32 são iguais e cada região tem oito com informação e publicidade local. Os jornais da Europa e do continente norte-americano estão em queda livre, mas o maior diário francês, o Ouest-France, em Rennes, tinha 44 edições regionais e uma tiragem de 700 mil exemplares. Isso é que é informação capilar. A informação de proximidade é extremamente difícil, sobretudo em Portugal. A exigência de rigor e precisão é muito maior, porque as pessoas conhecem as situações, os sítios e as circunstâncias. Depois há o aspeto delicado de abordar assuntos de pessoas que se conhecem. Há uns anos, um dos vice-reitores da UBI foi obrigado a demitir-se, e o Jornal do Fundão, no cimo da página, tinha umas notas pequenas de três, quatro linhas. Disseram que se tinha demitido, mas não porquê. Antes ele era professor na universidade de Coimbra, e num fim de semana foi buscar ao laboratório tudo o que considerava ser dele. Na segunda-feira, quando viram aquilo largamente esvaziado, o reitor de Coimbra telefona ao da

Covilhã, e foi obrigado a demitir-se. Já quando o Expresso publicou dois terços de página sobre os presidentes da câmara e da assembleia municipal da Covilhã, arguidos numa venda de terrenos, no Jornal do Fundão não houve uma linha.

**Parte do sucesso dos media locais e regionais deve-se ao tipo de informação, muito capilar, que o sistema mediático nacional dificilmente será capaz de providenciar.**

Nesta mentalidade, tem que ser em Lisboa que tudo se faz. E o Porto lá apanha umas coisas. Enquanto o problema da criação de verdadeiras equipas de redação e gestão não for abordado, para que haja uma informação a nível do interior, isto não terá solução. Em Portugal não há jornal diário que tenha edições regionais. Houve o caderno do Público, mas era informação de todo o país, com mais coisas de Lisboa e Porto. O caderno regional não é isso. É fazer um para Coimbra ou outro para a Beira Interior. E se houver algo significativo em Vila Real, esse aspeto da atualidade ocupa uma ou duas páginas no caderno destinado a Trás-os-Montes, e um quarto de página na edição nacional. Isto pratica-se lá fora há dezenas de anos. A Bélgica, três vezes mais pequena e com uma população idêntica, está dividida em quatro regiões linguísticas: uma bilingue em Bruxelas, neerlandesa a norte, francesa ao sul, e a leste há 85 mil pessoas que falam alemão. Depois há jornais com doze edições regionais, e a radiotelevisão francófona tem estúdios em Liège, Namur, Charleroi ou Mons.

**Há uma centralização excessiva de recursos, também na televisão, que poderiam ser geridos de outro modo? O país aprendeu algo com o resto da Europa?**

Em 1974/75, os seguimentos do 25 de abril destruíram a imprensa em Portugal. Quando havia já uma proliferação de rádios livres na Europa, fecharam as rádios privadas e fundiram-nas na RDP, deixando apenas a Rádio Renascença, porque era preciso respeitar a Igreja. O Rádio Clube Português, os Emissores Associados de Lisboa, os Emissores do Norte Reunidos ou a Rádio Altitude na Guarda, tudo desapareceu. Em matéria de rádio, o que aconteceu foi um contrassenso histórico. E o drama da imprensa ainda é pior. Havia cinco matutinos e quatro vespertinos. Dos três diários no Porto, só resta um. Em Lisboa há quatro diários, um dos quais totalmente artificial, o i, porque vende três a cinco mil exemplares. Em países como a Bélgica, este já tinha desaparecido por não ter rentabilidade.

**Na década de 1980, o Estado legalizou cerca de trezentas rádios locais, praticamente uma por concelho. Quanto à televisão, ficou a memória das emissões clandestinas<sup>66</sup>.**

Tem que haver demografia para que haja rentabilidade suficiente que suporte redações e uma produção importante. Se não houver, é mais do mesmo. As televisões italianas tinham o mesmo tipo de programação rasca. Em Portugal, as ditas rádios livres transformaram-se em torneiras de discos. Não há produção, nem jornalistas competentes para tratar a informação. Quantos vão para o terreno saber o que se passa nas empresas e instituições? E as televisões funcionam à base de comunicados, conferências e declarações. Que interesse têm tantas rádios, quando haveria espaço para duas ou três por distrito? Nessa altura, a bacia de audiência e a possibilidade de receitas publicitárias seriam consistentes. Agora não. Por isso o pluralismo dos media tem aspetos contraditórios. Cada vez há mais rádios e televisões, mas vivem de quê? Se for do dinheiro das câmaras, qual é a autonomia? É precisa pluralidade de media para haver pluralidade de informação e de programação. Tem é de ser limitada para que os media tenham receitas e possam ser autossuficientes, e não dependam dos anunciantes ou das instituições que fazem pressão.

**Há décadas que quase todos os operadores públicos europeus apostam nos desdobramentos regionais. Razões financeiras levaram ao seu fim na RTP, ainda que o contrato de concessão reflita na necessidade de aproximação às comunidades.**

Os dirigentes políticos e económicos deste país nunca tiveram interesse em que houvesse uma informação jornalística séria, nem querem que os cidadãos estejam informados. A imprensa em Portugal é tardia, só aparece em 1640 com a restauração da independência, quando noutros países já tinha cem ou duzentos anos. Mesmo no tempo do salazarismo e da censura, os jornais sempre foram mal distribuídos. Hoje já é à hora de almoço, mas os matutinos chegavam ao Fundão às três da tarde, e os vespertinos às onze da noite. Na Bélgica estão nas caixas do correio às seis ou sete da manhã. Em Portugal, lançar um diário, grande semanário ou televisão custa os olhos

---

<sup>66</sup> Em contraste com as centenas de *web tv's* de âmbito local e regional que desde meados da década de 2000 foram surgindo (e desaparecendo) em Portugal, e ante um enquadramento legal mais desvantajoso, a TRL – Televisão Regional de Loures, a TVN – Televisão Regional do Norte ou a TVA – Televisão de Abrantes invadiam então o espectro radioelétrico, sendo perseguidas pelas autoridades.

da cara. O Vicente Jorge Silva fez um projeto megalómano com os amigos, o Público, e o Belmiro de Azevedo alinhou naquilo, o que prova que pouco percebia do assunto. Mas onde há meios dirigentes do ponto de vista económico e financeiro? É preciso um jornal a sério no Alentejo, na Beira Interior, no Algarve, uma grande rádio que faça eco aos nossos interesses e preocupações. Os dirigentes deste país não se interessam pela qualidade da informação, e fazem uma análise errada, porque precisam de informação de qualidade. Podem assinar o Le Monde ou o Financial Times, mas no máximo há três ou quatro dossiês por ano sobre Portugal. Vivem de tal modo dentro de si, que o cidadão da rua e da classe média pensa que se estão borrifando. É um problema para a economia, para a cidadania e para o funcionamento da democracia. Em França, o Mediapart tem três edições por dia e 130 mil assinantes. Foi lançado há uns quinze anos, e em dois ou três começaram a ter rentabilidade elevada. Há coisas destas também na Itália, mas o caso espanhol é espantoso, com a quantidade de diários digitais que há. Em Portugal, aparte o Observador, que é mais interpretativo que noticioso, poder-se-á acrescentar a versão digital diária do Expresso. E há o Eco e o Tornado, que não é propriamente um diário. Desapareceram muitos jornais, há uma quantidade anormal de escolas de jornalismo e de comunicação. E depois existe toda uma série de jovens desempregados, que tiveram uma formação sobre a qual sou extremamente crítico, e uma série de jornalistas experimentados, com todas as qualidades e defeitos. Então não há quinze ou trinta que, com as suas reformas e indemnizações, contactem uns tipos de meios progressistas e que estão nos negócios para lançar outro jornal? E como se explica que no interior não tenha acontecido nada? Não é difícil fazer um jornal regional. Serão precisos cinco a dez jornalistas. Se for um diário da Guarda a Castelo Branco, são precisos mais, mas não há. Só uma série de folhecas. Em Castelo Branco há a Reconquista, a Gazeta do Interior e o gratuito Povo da Beira. O Notícias da Covilhã, onde escrevi na minha juventude, é de uma insipidez rara. Como é possível um jornal assim numa cidade com dinamismo?

**Num país, como já afirmou, com uma paisagem audiovisual pouco dinâmica e diversificada<sup>67</sup>, tais limitações não trazem responsabilidade acrescida à RTP?**

---

<sup>67</sup> Em vários artigos no Expresso é clara a crítica de como nas televisões nacionais, tratando-se de “instituições de carácter cultural” que influenciam a “percepção que os cidadãos têm do mundo e da vida

Os dirigentes deste país são insensíveis. Quando o João Soares – cuja mulher foi minha aluna e eu diretor de tese dela – foi nomeado ministro da Cultura, com a tutela dos media, senti-o totalmente insensível ao projeto que fiz de relançar a informação regional, e que o Arons de Carvalho entregou ao atual ministro da Cultura. Escrevi coisas suficientes no Público, Diário de Notícias ou Expresso para que saibam que estaria aberto a iniciativas nesta matéria. A certa altura, o Pedro Lomba perguntou-me se estava disposto a encontrar-me com o ministro Poiares Maduro. Disse-lhe que sim, e que iria publicar um artigo onde dizia que a RTP não tinha conserto, porque nunca fora uma televisão de serviço público. Quando foi criada, era uma sociedade anónima, enquanto que a maioria das televisões públicas na Europa não tiveram publicidade durante muito tempo. O Poiares Maduro disse que não estava ao corrente, como se alguém com a tutela dos media não soubesse o que o Expresso tinha publicado. Sabia pelo antigo Gabinete dos Meios de Comunicação Social, que estava ligado ao primeiro-ministro. E eu, por iniciativa do Marçal Grilo, tinha entregue aquilo a quem dirigia isso, que nunca deu seguimento. Mas tentou convencer-me que lançasse uma operação de criação de um fundo com meios financeiros vindos de entidades públicas e privadas para relançar a imprensa em Portugal. Disse-lhe que já tinha abordado algumas pessoas, mas não estavam motivadas. Antes de ir vê-lo, enviaram-me dois artigos que ele tinha escrito, com uma indignância total, sobre o audiovisual. Era uma coisa do Conselho Europeu, com um antigo ministro alemão e um jornalista britânico, quem nitidamente tinha feito aquilo. E a imprensa nacional apresentou o Poiares Maduro como grande especialista. A questão é: onde estão as publicações dele nesta matéria?

### **Algum dos modelos europeus seria mais adequado ao serviço público português?**

O que me parece mais adequado e que funciona bem é o alemão. E com o cabo, hoje as televisões regionais são captadas em toda a Alemanha. Em Portugal, e não o digo por ser um homem de cultura francófona, já seria bom o francês, que é um modelo de compromisso, onde o segundo ou terceiro canal de uma televisão nacional tem desdobramentos em certos períodos do dia – ou que mais não fosse entre as 18:00 e

---

quotidiana”, os temas políticos e económicos se sobrepõem aos sociais e culturais (20/12/1997). Para o interlocutor, tal beneficia os respetivos poderes com a almejada “rentabilidade sociopolítica”, mais relevante que a financeira (16/11/1996), na perspetiva de “que o primeiro poder é o económico e que os media se situam em segundo lugar, antes mesmo do poder executivo” (19/05/2001).

as 20.00, ou depois das 22:00 –, e durante duas ou três horas cada centro emite para a sua região, ou a emissão faz-se a partir de regiões diferentes. Mas não imagino que, de um dia para o outro, no primeiro canal nacional de uma televisão como ela é desde os anos 50, 60 ou 70, se vão emitir três horas por dia a partir de Vila Real. Isso supõe edifícios, significa pessoal, desde jornalistas a operadores de câmara. E essa decisão tem que vir do Estado, o qual tem que dar à RTP os meios e dizer-lhe que têm que criar um centro de produção em Trás-os-Montes – o qual se vai ocupar também dos magazines culturais, económicos, desportivos ou de política internacional – e outro no Alentejo, que reativar o da Beira Interior ou que ampliar o de Coimbra. Na Bélgica, eram os centros regionais que intervinham, produzindo tal emissão. Depois, uma modificação fez com que o de Liège ficasse encarregue do entretenimento, e o de Charleroi com a informação regional.

**Tal missão está consignada no mais recente contrato de concessão de serviço público, onde se diz que a RTP 3 deve ter uma vocação de proximidade, atendendo a temas de interesse regional sempre que possível por via de janelas de programação.**

Mas na realidade não existe. Na RTP vemos o mesmo alinhamento do *Telejornal* às 22 horas, e no dia seguinte às 13:00, quando uma das regras elementares lá fora é: se o primeiro canal é generalista e o segundo cultural, sequência e comentário em voz *off* têm que ser diferentes. Depois, a RTP 3 tem “comentadores”. São os mesmos tipos, nos mesmos dias, às mesmas horas, a falar de tudo e do que não sabem. No *Le Monde*, todos os dias há uma crónica feita por um dos altos graduados da redação. Num dia é um especialista da vida diplomática, noutro um da ecologia, da economia. No *Público*, *Expresso* e *Diário de Notícias* sempre escrevi sobre os media, por vezes numa concepção alargada, mas nunca sobre política. Já Miguel Sousa Tavares, Pacheco Pereira, Rui Tavares e Joaquim Vieira escrevem sobre tudo. No terceiro canal da RTP, são muitas as emissões com um apresentador. Na televisão francesa há um telejornal de trinta minutos. E nos assuntos que podem ser tratados de forma didática, é o jornalista que explica os aspetos históricos ou económicos.

**É o que num artigo classificava como as “enfermidades” do jornalismo português. Ante a falta de programação de proximidade e a necessária “desregulação das estruturas e propriedade do setor mediático”, qual o papel da sociedade civil?**

Um dos aspetos também interessantes na Grã-Bretanha é o da ITV e do Channel 5, em que a atribuição é feita por alguns anos, mas depois é reposta. Em todas as regiões há uma, mas em Londres são duas as televisões da ITV. A Thames Television funcionava durante a semana, e a LWT - London Weekend Television ao fim de semana. Como uma delas não foi renovada, depois atribuíram-na a outra sociedade. Em Portugal, as televisões privadas existem há 25 anos, e nunca houve uma licença revogada. Ainda por cima, na TVI, com a situação escandalosa de ter sido atribuída uma licença à Igreja, o Estado nada teve a dizer sobre a maneira como aquilo mudou para a Prisa, e agora talvez para a Altice.

**Conta-se que quando Roberto Carneiro andou em contactos para avançar com a TVI, ao se anunciar como o representante da televisão da igreja um dos interlocutores europeus se admirou, pois até ali no meio só encontrara gente ligada ao diabo.**

E há outras coisas anedóticas, que o Joaquim Vieira conta no livro sobre o Balsemão. Quiseram lançar televisões, e quando abordaram o Roberto Marinho, da Globo, ele perguntou de que dinheiro dispunham e riu-se, porque financeiramente não era nada.

**Tendo em conta custos e benefícios, que caminhos seriam viáveis para a televisão de proximidade em Portugal? Os meios comunitários são uma alternativa?**

Dados todos os aspetos da sociedade civil e os meios económicos, constato que o agente motor tem que ser o Estado. É a única forma de fazer emergir lentamente uma situação nova. Este poderia desencadear uma fundação, criar um fundo com dinheiro solicitado com condições fiscais interessantes ou com participações da União Europeia, do Estado português, de meios privados ou de fundações. Tal permitiria a criação de novos media, dando-se uma contribuição financeira para equipas que apresentem projetos de ordem jornalística e de gestão de administração, mas também é preciso que os jornalistas estejam implicados em vinte ou trinta por cento do capital, para que se sintam motivados e a coisa possa vencer e encontrar um público. Para além da rádio e da televisão, a ideia seria o aparecimento de equipas a nível local ou regional que tomassem a iniciativa, sobretudo no digital, porque financeira e tecnicamente é o mais fácil de fazer. E nessa sociedade até seria saudável uma participação do público em cinco a vinte por cento do capital.

**É uma ideia que defende num artigo sobre o relançar da função cívica dos media em tempo de crise e de transformação acelerada<sup>68</sup>. Sendo um crítico do termo “jornalista-cidadão”, este também deveria ter uma participação mais ativa e crítica na esfera pública?**

Sou extremamente reservado sobre o jornalismo do cidadão, palavreado sem sentido. É precisa formação para exercer jornalismo de maneira consciente, escrupulosa e tecnicamente aceitável. Vê-se nas chamadas redes sociais, termo que também nunca utilizei. As pessoas dizem algo e o contrário, e nem se apercebem das datas de publicação.

**Portanto, as redes sociais ou outros ambientes digitais não se podem constituir como efetivas ágoras do pensamento e extensões da esfera pública?**

Cidadãos são cidadãos, público é público. E uma profissão deve ser exercida por profissionais. Em Portugal, antes do 25 de abril não existiam escolas de jornalismo. Mesmo em Espanha foram criadas várias no início do século XX. O franquismo criou uma e já tinha havido outra ligada ao jornal El Debate, que foi a primeira. Em França também surgiram. Depois na Itália e na Alemanha no tempo do fascismo e do nazismo, para regimentar a informação. Em Portugal não aconteceu nada, e o meio jornalístico diz maravilhas dos jornalistas de antigamente, que muitas vezes eram ignorantes. Antes de o país ter entrado para a Comunidade Económica Europeia, fui correspondente da RDP e da RTP. Eram tipos que trabalhavam no banco, e que às cinco ou seis da tarde iam fazer jornalismo na RDP.

---

<sup>68</sup> Tendo em conta a necessidade de os media poderem “praticar uma função social de informação de serviço público à margem das restrições do mercado e das pressões dos grupos de interesse”, colocando-se “ao serviço dos cidadãos”, no artigo “Liberdade de expressão na Europa: Garantias para a independência dos media”, publicado em 2011, o autor reitera que este reforço da função cívica dos meios de comunicação social passa pela remodelação da paisagem mediática, sendo imprescindíveis, entre outros pressupostos, a sua independência financeira ou o controlo da agenda. Por via de fundos públicos nacionais e comunitários ou privados, estes devem então estabelecer-se juridicamente como fundações, associações sem fins lucrativos ou cooperativas, adotando um estatuto de serviço público.

**Apêndice G: Entrevista a Pedro Jorge Braumann (docente da Escola Superior de Comunicação Social – Instituto Politécnico de Lisboa e diretor do secretariado técnico do Conselho Geral Independente da RTP)**

Pós-graduado em Planeamento Regional e Urbano e em Comunicação Social pela Universidade Técnica de Lisboa, o economista Pedro Jorge Santos Braumann é diretor do secretariado técnico do Conselho Geral Independente da RTP, empresa onde, para além de ter integrado o Conselho de Opinião, administrou o Centro Museológico e Documental e o Gabinete de Serviço Público, Ética e Diversidade. Fez parte das direções da Confederação Portuguesa de Meios de Comunicação Social, da SOPCOM – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, da LUSOCOM – Associação Lusófona de Ciências da Comunicação, e da CONFIBERCOM – Confederação Ibero-americana de Associações Científicas e Académicas de Comunicação, bem como do conselho consultivo do ICAM – Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimédia. Professor adjunto da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, lecionou nas universidades de Évora, Lusíada, Lusófona e Nova de Lisboa. Especialista em economia da informação e da comunicação, tem-se focado na evolução e regulamentação do mercado audiovisual português, refletindo sobre a televisão digital terrestre ou o serviço público de media. A entrevista presencial foi realizada em Lisboa a 24 de janeiro de 2018.

**Dados os desafios que a revolução tecnológica coloca ao audiovisual, nomeadamente quanto aos hábitos de consumo ou à oferta de conteúdos, o conceito de televisão de proximidade precisa de ser revisto?**

O digital introduziu alterações, mas há também uma mudança para uma perspetiva cada vez mais global. Significa que o espaço local deve ser entendido noutra conceção, cada vez menos geográfica. A televisão de proximidade tinha a ver com um conjunto de ideias ou problemas próximos às pessoas. Hoje, esse conceito tende a mudar substancialmente, e nem sempre é integrado nas novas perspetivas teóricas. Portugal tem um espírito muito corporativo por parte dos operadores, uma espécie de oligarquia que dificulta as aberturas de mercado na televisão e noutros setores. E isso reflete-se nos obstáculos, inclusive no campo político, ao funcionamento das formas

de proximidade. Por outro lado, na Espanha, Bélgica ou Suíça há uma diferenciação regional muito característica. Em Portugal, ela não é explícita por razões linguísticas nem históricas, embora hajam rivalidades entre norte e sul. Somos também um país pequeno. Quando olhamos para o mapa europeu, onde não há regiões? Portugal e Irlanda. Para além das autónomas, só temos regiões no continente para receber fundos comunitários. E mesmo aí existem discrepâncias, o que aumenta as desigualdades. A região norte é das menos desenvolvidas, porque quem beneficia mais é a área metropolitana do Porto. Se se pudesse dividir em duas sub-regiões, o norte interior seria mais beneficiado. Para além da perspetiva audiovisual, a questão da proximidade deve ser vista na perspetiva económica, geográfica e histórica, dos poderes instalados no setor audiovisual que nunca viram com bons olhos haverem mais televisões regionais. Toleraram as rádios, mas as televisões ou estão na Internet ou têm tal força como o Porto Canal, porque está ligado ao Futebol Clube do Porto, que são difíceis de contestar. Há que ver primeiro o contexto e a lógica social para perceber porque temos este modelo.

**Mas independentemente da dimensão geográfica e das circunstâncias económicas de cada estado comunitário numa Europa com realidades políticas, administrativas e sociais muito diversas, em quase todos eles existe televisão local e regional.**

Em muitos destes países, a concentração populacional nas áreas metropolitanas não é a mesma, a dinâmica local tem outras particularidades. A existência de regiões permite a criação de elites e centros regionais, algo mais difícil em Portugal porque não há descentralização. A esta escala, o poder político tem aspetos negativos, porque há oligarquias locais, desperdício de recursos. A face positiva é que cria estruturas preocupadas com o desenvolvimento local, evita as emigrações, reequilibra o território. Haver problemas e potenciais perigos não justifica que não hajam vantagens, eventualmente superiores. Fomos prejudicados por um centralismo do tempo da invasão dos franceses, e que a França ultrapassou pelas características e dimensão do seu território. Ao mesmo tempo, beneficiámos de um poder autárquico muito forte, cúmplice dessa não divisão, porque sem poder regional tinha mais poderes, e algumas das reformas têm vindo a reforçar a componente autárquica. Só que as políticas de emprego não podem ser pensadas concelho a concelho. A certa

altura, praticamente todas as autarquias queriam ter um parque industrial. Se na mesma região tivermos dez municípios assim, estão a aumentar o investimento sem qualquer vantagem comparativa. Na política de desenvolvimento industrial ou de outros sectores, sem pensar conjuntamente não consigo ter uma estratégia conjugada. E quando há espírito regional é mais fácil criar condições. A lógica de uma televisão local é uma escala bastante pobre em termos dos conteúdos que pode oferecer, da possibilidade de desenvolvimento. É mais fácil ter uma televisão bem organizada a uma dimensão regional, até porque podem ser melhores que algumas nacionais. O serviço público descentralizou-se no caso da Madeira e dos Açores, e a lógica é que a informação de proximidade se faz com delegações. Este modelo, que ainda predomina na cabeça da maioria das pessoas ligadas à informação, é um pouco aberrante porque já não dependo de delegações nem preciso de oito horas para chegar a Vila Real. Tenho outro problema que é a lógica da constituição da agenda e de desenvolvimento da notícia. Comparando os serviços públicos europeus, temos muita informação diária e pouca não diária como documentários, porque obriga a um jornalismo mais complexo e difícil. O modelo dos canais informativos gira cada vez mais à volta do debate. No futebol parece-me grave, mas no quadro político quem faz debates no resto da Europa? São os jornalistas, não os políticos. Dá-se a impressão que os comentadores são neutros, quando estão ligados a partidos ou têm uma vertente ideológica. A forma como o espaço público é inundado também caracteriza o que interessa às pessoas. Estamos habituados a uma informação mais sensacionalista e a serviços informativos muito longos. Isso porque tem audiências e é mais barato do que fazer ficção. Se no *prime time* passo mais trinta minutos de informação e menos trinta de telenovela, gasto muito menos dinheiro.

### **O que justifica a existência no cabo de três canais de informação generalista.**

Estou a pensar nos grandes canais. Nesse quadro, a informação dos nossos serviços informativos deixou de o ser. Temos as notícias nacionais e internacionais, e lá dentro criam-se magazines, que têm muita informação de proximidade. Pode não ser a que mais interessa às populações, mas é a que permite mais voyeurismo e questões que possam ter interesse nacional. Noutros países foram-se criando condições para que a informação de proximidade se transformasse numa informação que interesse à

maioria dos públicos, que é a que melhor pode vender, mas não é informação de proximidade no sentido mais tradicional. Por outro lado, o modelo desses canais tenderá a ser mais difícil, até porque cada vez menos as pessoas verão programas em direto. Há casos internacionais em que, por razões geográficas ou linguísticas, existe uma divisão para cada tipo de público, a qual pode ser criada naturalmente. Por exemplo, na Bélgica tenho um serviço público para os valões e outro para os flamengos<sup>69</sup>. No caso português essa lógica é mais difícil, exceto na Madeira e nos Açores, onde mesmo assim ainda não foi possível. A RTP Madeira e a RTP Açores têm sete a oito horas de programação local diária, o resto é o sinal da RTP 3. É um absurdo, porque a RTP 3 já é transmitida em todas as plataformas, inclusive na TDT. Obviamente que tem a vantagem de reduzir custos, mas não faz sentido, a não ser ir lá buscar alguns conteúdos. Canais deste tipo costumam ter uma relação direta com as respetivas estruturas regionais. E criou-se um efeito perverso, que a RTP Madeira e a RTP Açores devem ser pagas pela RTP, portanto pelos portugueses através da CAV, mas os governos regionais sentem-se no direito de fazer exigências significativas sem nenhuma contrapartida. Na altura do Morais Sarmiento até se tentou dividir o capital em cinquenta por cento para os governos regionais e cinquenta por cento para a RTP<sup>70</sup>. O facto de eu ser acionista não significa que financie, só me dá poder sobre as decisões na empresa. Além de que a divisão assim do capital é a pior possível, porque em caso de conflito não há solução. Um argumento frequente das regiões autónomas é quererem saber qual o valor da CAV pago na Madeira e nos Açores por acharem que este deveria ser atribuído aos canais regionais. Esse valor não é suficiente para lhes pagar, e mesmo que fosse, se lá também veem os canais nacionais da RTP, porque é que o dinheiro só pode ir para a RTP Madeira e para a RTP Açores?

---

<sup>69</sup> É o caso da RTBF – Radio-Television belge de la Communauté française, na Valónia, e da VRT – Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie, na Flandres, destinadas à população de língua francesa e neerlandesa, respetivamente. Acresce a BRG – Belgischer Rundfunk, orientada para a comunidade germânica do cantão de Eupen-Malmedy.

<sup>70</sup> Em 2003, ao autonomizar os centros regionais da RTP Açores e da RTP Madeira, criando empresas detidas pelos governos autónomos, RTP e entidades públicas ou privadas, o ministro com a tutela da comunicação social pretendia que os custos destas passassem a ser repartidos equitativamente.

**Na década de 1990, a dificuldade do Estado em abrir a televisão à iniciativa privada já antevia como a descentralização do audiovisual iria ser ainda mais complicada.**

Fomos o penúltimo país da União Europeia a avançar com a televisão privada. O último foi a Áustria. Então construiu-se um modelo baseado no mito de que havia mercado publicitário suficiente, e que internacionalmente era normal não haver pagamento de taxa. Logo, acabou-se com a taxa na televisão pública, o que a incentivou ainda mais a concorrer com a televisão privada. Quando abriram os dois canais privados, a RTP 1 tinha doze minutos de publicidade e a RTP 2 doze. Passados uns anos, a TVI estava a falir. Então baixou-se para sete minutos e meio na RTP 1, e acabou-se na RTP 2. Os remédios são sempre *a posteriori*. Deveria ter sido feito um estudo sobre o mercado publicitário potencial, ver quando haveria condições para a televisão privada e, tal como aconteceu nas telecomunicações móveis, primeiro abrir um canal e passados dois anos abrir outro. Aí a entrada foi gradual. Começámos pela rede móvel da PT, a TMN, veio a Telecel, e só depois se abriu à Optimus. Ainda esteve para haver uma quarta operadora, que desistiu e cujo valor da licença do 3G foi pago pelas restantes. Mesmo em mercados com características específicas como é o audiovisual, a primeira fase de abertura deve atender a um estudo. Idêntica situação aconteceu com a TDT, embora por razões mais complexas.

**A taxa de penetração da televisão paga e o subsequente insucesso da TDT são o reflexo de um mercado, comandado pelos operadores, onde a “mediamorfose” em curso pouco terá ajudado a alavancar o audiovisual de proximidade?**

Nas telecomunicações o crescimento foi importante, e em Portugal juntou-se muito bem a questão do *triple, quadruple, quintuple play*. Por outro lado, a TDT foi um falhanço, nomeadamente em termos de cobertura, e isso teve grande influência na evolução do mercado. Inicialmente, a PT pretendia lançar a sua plataforma paga na TDT. Conseguiu que o modelo de um *mux* em todo o país passasse para três no interior e seis no litoral<sup>71</sup>, o que permitia ter uma oferta concorrencial com a TV Cabo. Depois acabou por apostar na IPTV, com elevado sucesso. A taxa de penetração da televisão

---

<sup>71</sup> Com capacidade remanescente, apenas se encontra em exploração o *multiplexer A*, através do qual o operador de rede difunde em aberto os nove serviços de programas de âmbito nacional e autonómico. De fora ficaram os *mux B a F* (dois nacionais e três regionais), destinados à oferta paga.

por subscrição deve andar nos 89 por cento. Estamos a falar de lares habitados pelo menos por uma pessoa, mas há muitos não habitados regularmente ou que são casas de férias. E os relatórios da ANACOM indicam que cerca de nove por cento são assinaturas coletivas. Portanto, o número está inflacionado. A lei não contempla, como nos Estados Unidos ou no Brasil, a obrigação de fornecer redes<sup>72</sup>, mas o cabo seria um espaço privilegiado para haver redes comunitárias locais. Porque é que em Portugal, tal como noutros países, os operadores não precisam de televisões locais para progredir? Porque a questão regional não é assim tão relevante. Chegaram a reunir com a Universidade da Beira Interior, mas as coisas não avançaram muito<sup>73</sup>. Em alguns mercados, as redes de televisão por subscrição têm que apoiar estas iniciativas porque são fundamentais para o crescimento e veem nisso uma vantagem. Se pedir às pessoas, ninguém está disposto a pagar a SIC Notícias, a RTP 3 ou a TVI 24. Mas estarem nas redes pode condicionar o mercado ou fazer aumentar o número de assinantes. E os operadores sentem isso. A questão é porque não o sentem em relação às televisões locais e regionais?

**Tal como o cidadão, não o sentem como uma efetiva necessidade. Para lá do valor acrescentado, é o quadro de obrigações legais dos operadores que falha?**

Falha aí, mas também na lógica do mercado. Aparentemente, para as populações locais a existência desses canais não é suficientemente relevante. Problema que quem defende a televisão de proximidade normalmente não discute. Se fosse relevante em termos económicos e de mercado, esses canais estavam lá, pelo menos nalgumas regiões. Mas quando tal nem sequer é preciso em Lisboa e Porto, a questão é mais grave. Quando o MEO lançou a IPTV resolveram fazer uma inovação mundial em que qualquer pessoa podia pôr na plataforma os canais que quisesse, ao ponto de não ser

---

<sup>72</sup> Nos Estados Unidos é o caso dos canais de acesso público, educacional ou governamental, cujo equivalente no Brasil são as televisões comunitárias, operadas por entidades não governamentais. Em Portugal, segundo o n.º 6 do artigo 25.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, “os operadores de distribuição devem disponibilizar capacidade de rede e de distribuição para serviços de programas televisivos regionais ou locais” atendendo aos “processos de autorização a que haja lugar”.

<sup>73</sup> Com emissões regulares desde 1999, a primeira televisão universitária portuguesa começou por ser transmitida em circuito interno. Havendo enquadramento legal, em 2000 a UBI pretendia realizar uma emissão experimental da TUBI através da Cabovisão. Assegurado o interesse da operadora no modelo de âmbito local e regional, faltou o aval da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

necessário pagar para os distribuir<sup>74</sup>. Apareceram milhares, nalguns casos até ligados a rádios ou partidos. Mas a febre diminuiu, foram desaparecendo, e todas as tentativas de lançamento de canais locais ou regionais tiveram insucesso. Em Portugal esquece-se se o interesse dos cidadãos nessa proximidade é, de facto, relevante. Se o fosse, por várias razões a televisão de proximidade já tinha surgido.

**O interesse do público nem sempre está em linha com o que é de interesse público. Isso não confere maior responsabilidade ao operador de serviço público?**

Há interesse público e há serviço público, são questões diferentes. No caso francês, onde existem regiões com alguma dimensão, a France 3 está claramente orientada para uma informação de proximidade<sup>75</sup>. Com canais específicos ou com alguma informação deste género, é normal que haja essa preocupação, até porque a lógica de serviço público é servir o maior número possível de públicos. Em relação à RTP 3, a informação de proximidade podia ter-se desenvolvido mais. E no contrato de concessão estava prevista essa lógica<sup>76</sup>.

**Desde a década de 1970 que as emissões desdobradas têm larga tradição na Europa. A RTP adoptou este modelo apenas em 1997. Começaram por quinze minutos, depois vinte e cinco, até que em 2002, com a mudança de horário, o modelo termina.**

Na altura fiquei com a ideia de que as audiências não eram muito significativas, que não era um programa de grande impacto em termos de populações<sup>77</sup>. O problema não é só das notícias locais, é também das nacionais. Se virmos o modelo português, há noticiários em que a maioria das notícias não são nacionais. Por serem mais baratas, as notícias internacionais têm um peso mais significativo do que no Brasil ou em Espanha,

---

<sup>74</sup> Lançado em 2012, o MEO Kanal é um serviço que permite a qualquer cliente da PT criar canais públicos ou privados, onde é possível partilhar conteúdos multimédia, e visualizá-los na televisão.

<sup>75</sup> Os três desdobramentos diários e as restantes emissões de proximidade do canal são assegurados por 24 antenas locais no seio de 13 direcções regionais, adaptadas à reforma territorial de 2014.

<sup>76</sup> O documento de 2015 refere que o canal deve ter “uma vocação de proximidade, concedendo especial atenção (...) a temas com interesse para regiões e comunidades específicas, (...) sempre que possível através de janelas de programação”, bem como “assegurar a difusão, no território continental, de programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional.”

<sup>77</sup> Segundo a CAEM/GfK, a 4 de fevereiro de 2018 o atual *Portugal em Direto* era o terceiro programa mais visto da RTP1 e o 15º dos canais terrestres, com um *rating* de 4,2 por cento e um *share* de 15,8.

onde a maioria são nacionais. E há estudos em Portugal que demonstram que cada vez mais as notícias que saem nos jornais, nomeadamente em função da crise, são de agência, porque vêm em pacote. É pago um conteúdo específico, independentemente de serem dez ou cem, o que permite reduzir os custos de redação.

**E numa televisão vê-se a diferença no custo de uma equipa ou correspondente.**

Não só um correspondente, mesmo a cobertura local. A tendência na maioria das televisões é muita notícia internacional, de agência, e só se vão cobrir grandes factos políticos, desportivos. Mais o desportivo, porque o político não dá audiência. E notícias do estilo “o homem que mordeu o cão”, sensacionalistas e que vendam mais.

**É a mesma razão que tem levado televisões, rádios ou jornais nacionais a desinvestirem nas zonas onde não têm correspondências, ou a RTP a reduzir meios e trabalhadores nas delegações do interior, o que se traduz num menor volume informativo originário dessas regiões? Aplica-se apenas o critério económico?**

Também é, mas não só. Haver correspondentes para fazer cobertura local cada vez faz menos sentido. Por outro lado, mesmo quando existe proximidade, temos o problema da qualidade jornalística, porque em algumas redações o nível médio dos jornalistas está a reduzir-se substancialmente. Estamos numa época cada vez mais mediática, em que a informação deixou de ter valor por si só. Às redações e às estruturas informativas já não lhes interessa qualquer informação. E a mais trabalhada e especializada está a caminhar cada vez mais para os documentários. Curiosamente, Portugal produz muitos poucos documentários informativos, porque é uma informação mais difícil e complicada. E os canais de informação estão cada vez mais a importar documentários de outros países, por vezes a preços muito baixos, se bem que alguns até são bastante bons.

**Mas tendo em conta as subdivisões e as especificidades territoriais de um país, não seria mais lógico produzir informação a uma escala local ou regional?**

Nem todos os canais locais e regionais são só de informação. Em Espanha, na parte generalista, quando emitem um filme ou uma série, estão em concorrência com todos os outros, nalguns casos com meios bem mais reduzidos. Em Portugal, hoje a informação tem um peso menos relevante, porque existem muitos canais de

informação, mais do que seria expectável em relação à população, e começam a misturar outro tipo de conteúdos, nomeadamente desportivos. Há também uma forte inter-relação com as redes sociais, algo em que os canais regionais e locais partem com algumas desvantagens pelas estruturas organizativas e pelos meios económicos. Por outro lado, a fluidez da informação, mesmo quando esta não vem dos meios tradicionais, aumentou substancialmente. E a necessidade de meios locais e regionais para chegar a informação de proximidade relevante é cada vez mais diminuta. Se eu pensar na matriz europeia, corro um risco elevado quer pelas características nacionais, que têm muitos aspetos diferentes, quer por estarmos em plena revolução tecnológica e económica. E posso chegar a um modelo já ultrapassado ou que não permite grande evolução. Além da interligação com as redes sociais e de poder ter canais específicos no YouTube, na informação em Portugal e noutros países falha a capacidade de inovação e empreendedorismo. As pessoas estão presas a modelos tradicionais. E as coisas são importantes em função daquilo que estas consideram ser importante.

**Mas têm que haver critérios objetivos.**

É como dizer que o serviço público é uma coisa fundamental. No limite, será importante se ninguém vir? A audiência pode não ser o critério mais relevante, mas não é irrelevante. Na informação verifica-se uma mudança de paradigma, que está a permitir que alguma da informação local e regional chegue às pessoas por vias que não os canais tradicionais. Por outro lado, alguma dela que antes era relativamente relevante está a desaparecer. Em Portugal, muitas das mais importantes rádios locais e regionais passaram para a dependência das rádios nacionais. O que significa que a hierarquia tradicional – televisão local e regional, depois nacional e transnacional – está posta em causa. A inter-relação do modelo televisivo devia permitir que houvesse uma produção integrada, não ao estilo do que existe entre a RTP empresa e a RTP Madeira e RTP Açores, nomeadamente quanto à RTP 3. Se não estivesse no grupo SIC, a SIC Notícias seria bem pior, porque faltaria economia de escala. À medida que aumenta a escala de produção, consigo custos mais baixos. Mas a televisão tem características de bem público, não por ter que pertencer ao Estado, mas porque não se desgasta com o consumo. O que permite a um operador nacional e internacional produzir para vários meios de distribuição sem aumento de custos, ou seja, ter

economia de gama. Essa interligação de meios é fundamental, até para viabilizar a lógica do negócio. Mas quanto à televisão local e regional, pensa-se de outra forma.

**Registadas ou não na ERC, existem várias tipologias de televisão na Internet, onde se destacam as de publicações periódicas, que a terem participação nalguma rádio ou a fazerem parte do mesmo grupo, criam canais *web* onde disponibilizam conteúdos informativos, numa lógica de complementaridade entre os principais meios.**

Já não é uma lógica exclusiva de complementaridade entre os principais meios. Olhando para o que está a acontecer entre a Media Capital e a Altice<sup>78</sup>, que não é novidade em termos internacionais, verificamos que no modelo atual das telecomunicações é também um bem público que está a ser distribuído. Se fizer dez ou cem chamadas, o operador não tem custos adicionais, enquanto que se comprar dez ou cem pacotes de açúcar, os custos são diferentes para o vendedor. No modelo de negócio das telecomunicações, os conteúdos, não só audiovisuais, tornaram-se estratégicos, tal como a interligação com empresas de media. Nesse quadro, estas podem tornar-se subsidiárias do negócio, o que já acontece. Com o desenvolvimento da Internet, estamos a caminhar para uma lógica de distribuição de conteúdos que não se prende com a lógica tradicional das receitas publicitárias.

**Daí a necessidade de se encontrarem modelos alternativos de financiamento.**

Nalguns casos, por incapacidade de cooperação, parte do negócio dos media foi absorvido por operadores como a Google. A sobrevivência dos meios de comunicação social tornou-se mais difícil, e está dependente de uma lógica não puramente económica. As elites políticas e empresariais de alguns países ou das regiões em que existe televisão regional e local consideram-na fulcral para a sua estratégia de venda ou para a promoção da própria imagem. No caso português, essa perspetiva nunca foi assumida porque não há elites relevantes, como nalgumas regiões do interior, ou porque existe pouca população e é mais envelhecida. As rádios e os jornais locais, que são muitos, fazem perfeitamente esse papel, sem necessidade de passar à televisão. E

---

<sup>78</sup> A concretizar-se a aquisição via MEO, a empresa de telecomunicações passará a deter ativos como as rádios nacionais do grupo, os canais de televisão da TVI, os conteúdos da Plural ou o portal Sapo.

como é um meio substancialmente mais caro, em termos económicos não há custo de oportunidade para que exista vantagem em lá chegar.

**Dada a evolução tecnológica, também já foi mais caro produzir para televisão.**

Mas ao mesmo tempo tenho meios alternativos, mais económicos, de fazer chegar essa informação sem ser através da televisão ou das redes sociais. O período áureo para que pudesse haver televisão de proximidade num determinado quadro tecnológico e social tende a ficar ultrapassado. Hoje apostaria em novos meios de proximidade. Se pensar a comunicação não em termos de rádio, televisão e jornal, mas na forma de distribuição em rede, o meio mais adequado não é a televisão tradicional.

**Mas aparte os novos meios, quanto à proximidade continuam a existir necessidades que serviço público e privados não cobrem ou não estão obrigados a cobrir.**

Em primeiro lugar, o serviço público é um conceito em evolução, mas que no limite, e de acordo com o anexo ao Tratado de Amesterdão<sup>79</sup>, é o que cada país decidir, o que é característico da dificuldade de o caracterizar. Por outro lado, como é que o serviço público se desenvolveu, qual foi a lógica, a relação com o poder político ou com a sociedade, e que papel pode desempenhar num mundo cada vez mais multiplataforma? Há uns anos defendi a teoria de que em Portugal poderia haver uma rede de televisões locais simbiótica com a RTP. Ela seria alimentada por alguns conteúdos nossos, e alimentava a RTP com parte dos seus. A questão da televisão de proximidade não se resolve com muitos correspondentes porque a distribuição da informação é cada vez mais multipolar, e a maioria dos jornalistas são especializados. É um dos problemas da informação em Portugal. Um é capaz de cobrir o desporto, outro a política, na tecnologia já são poucos, na economia menos. No panorama internacional, alguns já são tecnólogos ou economistas e especializam-se em jornalismo, porque há áreas que é impossível não dominar após anos de trabalho.

---

<sup>79</sup> No protocolo relativo ao serviço público de radiodifusão nos Estados-Membros, o documento reitera que cada país comunitário é livre de financiar o respetivo serviço público de modo a assegurar “necessidades de natureza democrática, social e cultural” e a “preservar o pluralismo nos media”, desde que tal não afete as “as condições das trocas comerciais nem a concorrência na Comunidade”.

**Para além dos protocolos que facilitaram a instalação de delegações em instituições académicas, através do E2 e da ESECTV, dos politécnicos de Lisboa e Coimbra, ou da Universidade Aberta, a RTP está também ligada aos seus laboratórios audiovisuais.**

Há universidades a que estamos ligados, nomeadamente Trás-os-Montes e Minho<sup>80</sup>. Nalguns casos há parcerias, como a que a SIC chegou a fazer com a UBI<sup>81</sup>.

**Já os desdobramentos regionais foram uma experiência curta, alegadamente abandonada por razões económicas e dificuldades com a contratação de pessoal.**

Não foi fundamentalmente por razões económicas, até porque não tinha custos muito altos. Terá sido porque não teve grande sucesso, e não pressupunha uma divisão regional específica. Não havia uma inter-relação forte a esse nível. Nalguns casos, até cobria regiões ou distritos diferentes. Depois apareceu a TDT. A própria rede atual ainda está num misto entre frequência única e multifrequência, e não permite essa forma de distribuição. Pela repartição geográfica, hoje também já não faz sentido evoluir. Pensando fora da RTP, o que é difícil estando cá, é possível fazer bastante mais em termos de conteúdos regionais. Agora, pensando exclusivamente no modelo dos correspondentes, para poder ter essa forma de cobertura são precisos mais recursos e meios, que nalguns casos não existem. Apesar de tudo, nomeadamente na rádio, a cobertura regional é um pouco melhor ou mais explícita.

**No formato radiofónico, a versão desdobrada do *Portugal em Direto* também terminou. Em 2012 a Antena 1 deixou de segmentar a informação por regiões.**

O país e a sua matriz regional também mudaram substancialmente nos últimos anos. E no mundo atual o interesse nas notícias locais já não é o mesmo, porque essas são vistas fundamentalmente ao nível da pequena notícia. Hoje tenho questões em que me interessa o global, outras em que me interessa o local. Mas o que é específico do local mudou muito, e é mais difícil defini-lo só por áreas geográficas. Se houver um assassinato numa localidade, isso pode ser interessante e chegar às televisões

---

<sup>80</sup> Em 2017, a RTP pretendia abrir novas delegações em Vila Real e Beja, fruto dos protocolos com a Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e com o politécnico de Beja, bem como estabelecer acordos semelhantes com o politécnico de Viana do Castelo e com a Universidade do Minho.

<sup>81</sup> A funcionar desde 1998, a delegação da SIC na Covilhã beneficia dos recursos humanos e técnicos da instituição, permitindo aos seus alunos a realização de estágios curriculares em Lisboa e Porto.

nacionais. Mas se não for suficientemente interessante, quando a notícia passa de um concelho para outro, ou é nacionalmente relevante, ou não o é só para um concelho porque está próximo de outro. No caso da RTP Madeira, há um centro regional no Funchal. Porto Santo tem pouca população, embora se queixe do grau de cobertura, mas consigo ter uma televisão com coisas respeitantes a outros concelhos. Chegando aos Açores, a rivalidade entre ilhas é fortíssima, e faltam correspondentes em algumas delas. Numa ilha como a das Flores, pode não acontecer nada de relevante. Depois, como a cobertura tende a ser fundamentalmente política, fazem sobressair Ponta Delgada, o que levanta controvérsia. O problema tem a ver com a matriz jornalística. Normalmente o jornalista só trata coisas estranhas, factos políticos ou desporto.

**Nas televisões públicas regionais espanholas, a política também está muito presente.**

Mas há um elo de ligação. Na Galiza falo galego, na Catalunha catalão. E as televisões autonómicas, em regiões em que não há língua própria, são menos relevantes.

**Mas independentemente da viabilidade, em Portugal as televisões locais e regionais também podem ter essa relevância? É que ao gerarem dinâmicas socioeconómicas, a sua informação torna-se, como defende, uma forma de desenvolvimento.**

Se não há viabilidade económica, não existem. A questão tem é a ver com o problema do desenvolvimento. Pode-se encarar isto só como informação à população, ou como mais informação em relação ao que já existe. Agora, se eu o interligar com a questão do desenvolvimento regional ou local, se houver uma rede de informação, isto não potencializa a comunicação e o crescimento económico? Mas ninguém fala nisso.

**Estando as estruturas produtivas do mercado audiovisual concentradas em Lisboa e no Porto, logo os benefícios sociais e económicos são também retidos no litoral.**

Não é só isso. As regiões e os locais que mais se desenvolvem são aqueles em que a rede de comunicação social é forte. E se estes meios se preocuparem com o desenvolvimento, a formação, o emprego ou o empreendedorismo, então têm outro papel social. E esse papel é insubstituível. A informação de um assassinato vai aparecer nos meios nacionais. Agora, para por lá o autarca a inaugurar uma rua não é relevante haver televisão de proximidade, e percebo que a população esteja pouco interessada.

Nalguns casos, as autarquias, através da Internet, têm a sua televisão de propaganda<sup>82</sup>. O que acontece com muitos dos meios de comunicação social, mesmo privados, é fazerem também essa informação, quando muito com melhor qualidade ou critérios não exclusivamente propagandísticos. Não vejo é uma preocupação com a questão do desenvolvimento regional.

**E assim voltamos à visão académica da missão social da televisão de proximidade.**

A maioria dos académicos da área da comunicação social não fazem a inter-relação com o desenvolvimento regional, porque não sabem qual é a lógica ou a estrutura do desenvolvimento, como é que ele se caracteriza. Se pensarmos na evolução da sociedade digital, ainda mais relevante é esse papel. Um media deste tipo pode ter uma plataforma para desenvolver empreendedorismo local, e ir buscar fundos comunitários ou apoios à câmara, ser um meio dinâmico de debate e de criação de emprego ou estruturas turísticas.

**Nos seus textos diz que o serviço público global de meios, “guardião” da diversidade cultural e do pluralismo, deve contribuir para o desenvolvimento de um novo “projeto de sociedade”. Esse não seria mais o papel do terceiro sector?**

Um meio económico e social rico tem tudo isto. Não é relevante dizer que o mais importante são as associações locais, as iniciativas privadas ou as da câmara. A dinâmica das sociedades mais evoluídas tem tudo isto ao mesmo tempo. E quanto mais tiver de uns e de outros, melhor. A perspetiva deve ser de integração, de potencializar isso. Agora, em alguns concelhos não há iniciativa privada. E não é a comunicação social que a vai construir.

**Em Portugal, grande parte dos media de proximidade estão numa situação económica problemática. Apesar das formas adicionais de consumo de informação, a imprensa regional tem ainda o seu peso, influenciando as agendas locais.**

---

<sup>82</sup> Apesar da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido não permitir que as autarquias exerçam ou financiem qualquer atividade televisiva, mesmo que em exclusivo na Internet, alguns municípios e juntas de freguesia têm as suas *web tv's* institucionais ou corporativas, se bem que maioritariamente consistam em canais criados em agregadores de vídeo como o YouTube.

Esse peso está a diminuir, e chegará o dia em que o jornal desaparece. Nalguns casos, era aguentado por um mecenas, que entretanto morreu. A Influência não desaparece de um ano para o outro, mas há uma altura em que, além de ir diminuindo, quase não existe. Nesse quadro, como se prepara a lógica de evolução? Veja os últimos dados da ERC<sup>83</sup>. Em Portugal, os meios estão a diminuir fortemente. Podiam colaborar entre si como acontece noutros países, nomeadamente nos Estados Unidos. Cada um tinha as suas notícias locais, mas na parte nacional podiam ter uma rede de colaboração.

**O Expresso chegou a trabalhar na partilha mútua de conteúdos com algumas publicações periódicas regionais<sup>84</sup>, enquanto que a BBC apostou até em modelos participativos e comunitários de produção de conteúdos audiovisuais.**

A BBC esteve para ter um *site* de informação sobre notícias locais, o que não aconteceu porque concluíram que teria um impacto negativo nos jornais locais<sup>85</sup>. A razão pela qual a BBC não tem publicidade desde a sua origem, ao contrário do que aconteceu na maioria dos outros serviços públicos, tem a ver com o estudo inicial que previa um impacto muito negativo da publicidade da BBC sobre os jornais.

**Tal como aconteceu com a Academia RTP, poderia haver maior colaboração da RTP com os agentes a nível local ou regional que tenham recursos ou meios audiovisuais?**

Essa colaboração já acontece, mais no campo de instituições públicas ou privadas e de associações culturais. Em termos de informação, é relativamente reduzida. Temos um acordo com a APR<sup>86</sup>, que permite às rádios locais irem buscar notícias à Antena 1, garantindo que os noticiários são transmitidos de forma integral, sem alterações. Se houverem televisões regionais, também é possível um acordo similar.

---

<sup>83</sup> O relatório de 2015 que caracteriza os principais grupos económicos da comunicação social alerta para o alto grau de concorrência ou saturação do mercado, e para o aumento das falências no setor.

<sup>84</sup> Lançada em 2013 de modo a reforçar a cobertura nacional daquele título, a Rede Expresso agregava três diários e 14 semanários de todos os distritos do continente, exceto Lisboa e Porto.

<sup>85</sup> Trata-se do *BBC Local Video*, serviço através do qual esta se propunha disponibilizar em rede conteúdos de proximidade, incluindo os dos internautas, mas que em 2008 o regulador entendeu poder vir a prejudicar os concorrentes privados. Na década de 1990, a BBC apostara já no *Video Nation*, projeto que encorajava o público a registar em vídeo aspetos da sua vida diária.

<sup>86</sup> Assinado em 2011, este prevê que a RTP colabore num fórum para o estudo da TDT, no âmbito do qual venha a preparar-se também o desenvolvimento das televisões regionais e locais.