

Departamento de Sociologia

O Serviço Público de Rádio em Portugal: Que futuro?

Bruno Miguel Abreu Neves

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologia de Informação

Orientadora:

Doutora Rita Maria Espanha Pires Chaves Torrado da Silva, Professora Auxiliar, ISCTE-IUL
– Instituto Universitário de Lisboa

Co-Orientador:

Mestre Jorge Samuel Pinto Vieira, Investigador
CIES-Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2014

Agradecimentos:

Ao professor Jorge Vieira e à professora Rita Espanha por toda a orientação, ajuda e sugestões que me permitiram concluir com sucesso esta Dissertação de Mestrado.

Ao professor Gustavo Cardoso assim como a todos os restantes docentes do Mestrado de Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, pelos ensinamentos e pela disponibilidade em ajudar e esclarecer toda e qualquer dúvida.

Ao Dr. Rui Pêgo, ao Ricardo Soares, à respetiva secretária Adosinda Nunes assim como a todos os profissionais que acompanharam o meu percurso durante o estágio na Direção de Programação da RTP. A sua disponibilidade, companheirismo e boa vontade tornaram o estágio num período inesquecível e permitiram-me concluir com sucesso este projeto.

Aos colegas de turma pelo companheirismo, amizade e bom ambiente que sempre criaram tanto nas aulas como fora delas.

Ao ISCTE-IUL, ao Departamento de Sociologia e Políticas Públicas e à Caterina Foa por todos os esclarecimentos e pela presença constante.

Aos meus pais por me apoiarem e me ajudarem desde o primeiro momento nesta etapa tão importante da minha vida académica. Sem eles tudo isto seria impossível.

À Margarida, a minha “M”, que acompanhou todo este processo e sempre me incentivou dando amor, força, ânimo e toda a tranquilidade de que precisava. Sem ela teria sido impossível percorrer este caminho.

Aos amigos e familiares que se viram privados da minha presença em inúmeras situações e eventos.

Resumo:

A crise económica e financeira trouxe consequências para todas as áreas, incluindo para o jornalismo e, em concreto, para o serviço público de rádio e televisão. Um pouco por toda a Europa os respetivos Governos colocaram em causa o seu papel, a sua importância e o seu financiamento, e Portugal não foi exceção. Esta dissertação de Mestrado tem como objetivo analisar o conceito de serviço público, a respetiva evolução, o delicado momento atual assim como as perspetivas de futuro mas também ouvir um dos principais protagonistas: o Dr. Rui Pêgo (Diretor de Programação). Esta entrevista permite perceber qual é a sua opinião e posição sobre o conceito de serviço público, sobre a diferença de importância entre a televisão e a rádio nos debates relativos ao tema, mas também relativamente aos resultados da Antena 1, Antena 2 e Antena 3 e sobre que caminho devem as rádios públicas seguir no futuro. Através das suas declarações percebemos o momento atual bem como a estratégia para o futuro a curto/médio prazo dos três canais públicos de rádio.

Abstract:

The economic and financial crisis has consequences for all areas, including for journalism and, specifically, for the public radio and television. All over Europe the respective governments put into question its role, its importance and its financing, and Portugal was no exception. This Master's thesis is to analyze the concept of public service, the respective evolution, the delicate present moment as well as the prospects for the future but also hear one of the main protagonists: Dr. Rui Pêgo (Director of Programming). This interview allows us to understand what is your opinion and position on the concept of public service, the importance of the difference between television and radio in the debates related to the topic, but also on the results of Antena 1, Antena 2 and Antena 3 and which path should public radio following in the future. Through their statements we realize the current situation as well as the future strategy for the short / medium term of three public radio channels.

Índice

Introdução.....	5
Conceito de Serviço Público e respetivo enquadramento histórico	6
O início do Serviço Público em Portugal	9
A atual crise do Serviço Público em Portugal.....	12
O Presente e o Futuro do Serviço Público.....	15
Transcrição da Entrevista	19
Análise da Entrevista.....	29
Conclusão	34
Bibliografia.....	36
Anexos.....	38

INTRODUÇÃO

A indecisão em torno do tema da dissertação de mestrado é, muito possivelmente, o mais frequente dos problemas de um aluno de mestrado. Contudo, nunca tive esse dilema dado que desde o início que tinha presente qual era o tema que pretendia abordar. A rádio teria de ser o tema da dissertação de mestrado. A rádio sempre foi a primeira escolha porque é a área onde exerço a minha profissão e porque é algo que me interessa bastante.

Pela sua especificidade a rádio é uma área complexa de trabalhar academicamente, como tal tornou-se ainda mais aliciante aceitar o desafio de contribuir para a riqueza académica deste sector.

Mas houve um fator que pesou na escolha do tema: o meu estágio curricular na RTP. Este estágio, que foi integrado no mestrado de Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, foi conseguido através das parcerias existentes entre o ISCTE-IUL e diversas empresas nacionais.

O acordo inicial era para a vertente *online* da RTP, contudo graças à generosidade e abertura dos responsáveis da RTP e do ISCTE-IUL foi possível transferir o estágio para a Direção de Programação das rádios públicas coordenada pelo Dr. Rui Pêgo. Ou seja para: a Antena 1, Antena 2, Antena 3 e RDP África e RDP Internacional.

E foi precisamente no seguimento deste estágio que surgiu a ideia de me debruçar sobre o serviço público de rádio em Portugal. Este é um projeto que julgo possuir um ponto de vista um pouco diferente: o do próprio diretor das rádios públicas.

Sempre que renasce o debate relativo ao serviço público em Portugal a televisão ganha um amplo destaque enquanto a rádio é constantemente deixada num plano secundário. E os principais protagonistas (entenda-se profissionais de rádio) acabam por apenas em raras ocasiões dar a sua opinião e posição sobre o tema. E quem melhor para nos elucidar do que o homem que comanda o serviço público de rádio em Portugal? É com base nesta premissa que me propus conduzir uma detalhada entrevista ao Dr. Rui Pêgo tentando assim perceber não só as características do serviço público como também o seu passado e o seu futuro. Esta entrevista é precedida de um enquadramento histórico (com especial incidência no caso português) e de uma passagem pela atual crise do serviço público em Portugal.

Conceito de Serviço Público e respetivo enquadramento histórico

Antes de falarmos do serviço público em Portugal é importante perceber quando, como e onde, começou o serviço público. É também importante conhecer, ainda que de forma resumida, a evolução do conceito de serviço público e a forma como o mesmo se foi moldando ao passar do tempo e à transformação da sociedade.

Um dos fatores que mais contribui para a falta de esclarecimento da população em geral sobre o serviço público é a “multiplicidade de significações” que lhe é “aplicada numa variedade de contextos” (Santos, 2013, 3).

Recuemos até à França do final do século XIX local e época onde as mudanças nas “estruturas sociais, económicas e políticas dos séculos XVIII e XIX (...) resultaram da perceção de que o movimento do liberalismo económico não podia satisfazer todas as necessidades do povo” (Santos, 2013, 4). Mas diz-nos ainda Sílvio Correia Santos (2013, 4) que “é nessa altura que se desenvolve um modelo de ação estatal mais interventiva, que incluía a prestação de serviços que o mercado não proporcionava às pessoas”. O serviço público permitia assim ao Estado estar mais presente na vida das pessoas, fornecendo-lhes aquilo que mais necessitavam. Ou seja, é como se o serviço público validasse o Estado.

E “embora a ideia seja bem mais antiga e possamos encontra-la já na (...) Roma Antiga, o serviço público tem a sua raiz doutrinal no início do século XX, com o trabalho de Leon Duguit”. Este autor justificava “a existência do Estado precisamente pelo dever da prestação de serviços e não pela autoridade que, naturalmente, este possuía” (Santos, 2013, 5).

A partir de certa altura começou-se também a desenvolver a doutrina britânica que preferiu seguir um rumo diferente em relação à doutrina francesa. Essas diferenças, logo no início do processo, explicam o facto de apesar de ambas estarem inseridas no mesmo continente nunca terem sido exatamente iguais. Podemos ainda dizer que a doutrina do serviço público italiano está algures entre a francesa e a britânica.

Mas pouco tempo passou até o serviço público ser ameaçado. Tal como referiu Sílvio Correia Santos (2013, 7): “A complexificação da sociedade no início do século XX e, principalmente, o desenvolvimento industrial e organizacional conduziram ao desmembramento dos elementos que tradicionalmente constituíam a sólida unidade do serviço público”. Ou seja, sem aviso prévio “passou a admitir-se que uma entidade pública atuasse como uma entidade privada” (Santos, 2013, 7).

Esta é considerada a primeira crise do serviço público e, essencialmente, enquanto alguns serviços públicos passaram a ser assegurados por empresas privadas, alguns serviços privados passaram a ser

da responsabilidade de empresas públicas. No fundo foi uma redefinição das fronteiras entre o público e o privado.

Ou seja, “com o fim dos monopólios em diversas áreas, muitas das atividades anteriormente levadas a cabo pelo Estado passaram a ser assumidas pelo mercado. A natureza, pública ou privada, do prestador do serviço público passou a ser cada vez menos importante” (Santos, 2013, 8).

Mas afinal quais são os princípios fundadores do serviço público? Existem várias definições (a mesma pode inclusivamente mudar de país para país), contudo esta é a definição clássica do conceito, pertencente a Louis Rolland: continuidade, igualdade, a adaptabilidade e a mutabilidade. Mas vamos ponto por ponto. A continuidade é a “continuação no tempo de um serviço que responde a uma necessidade coletiva permanente. Por sua vez a igualdade “refere-se à obrigação de tratar todos os indivíduos da mesma forma. E por fim a adaptabilidade é “a capacidade de adaptação tecnológica do serviço, que deverá estar disponível aos utilizadores (...) refletindo os seus modos de vida” enquanto a mutabilidade por sua vez “centra-se não no consumidor mas na entidade que presta o serviço”, ou seja, “significa que se uma atividade deixar de ser relevante, o serviço pode terminar” (Santos, 2013, 10 e 11).

Princípios como “a qualidade de serviço, acessibilidade, simplicidade, transparência, participação, responsabilidade e laicidade” foram, com o passar dos anos, também eles atribuídos ao serviço público representando a tal evolução referida anteriormente (Santos, 2013, 11).

Agora voltamos a dar um salto no tempo, mais concretamente até ao período que se seguiu à Segunda Guerra Mundial. A guerra foi dura e deixou marcas profundas em todos, incluindo em quem não a sentiu na pele e apenas assistiu de longe e foi afetado indiretamente (através das consequências económicas e sociais, por exemplo). A sociedade e a política europeia nunca mais seriam as mesmas depois da guerra e isso vai, naturalmente, influenciar também o serviço público.

Neste período aconteceram na Europa “uma série de nacionalizações no sector dos serviços industriais”. Ou seja, a “Europa precisava de ser mais competitiva e a solução passava pela abertura dos mercados” E como seria de esperar este processo “iria mudar definitivamente o lugar e a imagem dos serviços públicos na Europa”. E quais as principais implicações de tamanhas mudanças? Primeiro: “os prestadores de serviços públicos passaram a ser associados a uma má gestão de recursos, com burocracia e sem respeito pelas leis de mercado”. E em segundo lugar: “as atividades criadas com objetivos sociais passaram a estar sujeitas ao direito da concorrência” (Santos, 2013, 12). Portanto, é caso para dizer que a mudança não só estava em curso como era de grandes dimensões. Novamente o serviço público era visto como um alvo a abater estando na mira do Estado mas também de parte da população.

O que aconteceu foi uma aproximação entre as formas de gestão das empresas públicas e privadas. E, conseqüentemente, “aos poucos, a dimensão subjetiva do conceito de serviço público foi perdendo o seu valor”. Os “mecanismos de regulação generalizaram-se” (sendo habitual cada país possuir a sua própria entidade reguladora) e “os deveres públicos constitucionalizaram-se” (Santos, 2013, 13).

Para finalizar esta introdução histórica é importante passar brevemente pela Comunidade Económica Europeia/União Europeia (CEE/UE). O início da década de 90 ficou marcado por diversos casos polémicos que colocaram frente-a-frente as televisões privadas e as televisões públicas. Citando Carles Llorens-Maluquer (2002, 4) “numa primeira fase os distribuidores privados começaram a denunciar casos relativos aos fundos que os serviços públicos recebiam alegando duplo financiamento por parte das instituições europeias” pois sentiam-se discriminados. Os casos mais mediáticos foram: “Mediaset vs Rai; TF1 vs France 2, France 3; BSkyB vs BBC (24 hours news channel); VPRT (German Association of Commercial TV) vs Phoenix (Parliamentary Channel) and vs Kinderkanal (Children’s channel) ambos os canais pertencem à ARD e ao ZDF; Tele 5 vs RTVE e vários canais regionais” (Llorens-Maluquer, 2002, 4 e 5). Todos estes casos polémicos obrigaram as instâncias europeias a “envolverem-se diretamente”, começando desta forma um intenso debate (Llorens-Maluquer, 2002, 5).

Sobretudo “após o Tratado de Maastricht, em 1992, o lugar do serviço público parecia ameaçado pela política europeia” (Santos, 2013, 14).

Posteriormente, em 1996, é um dado um passo certo em defesa do serviço público quando um relatório dos Serviços de Interesse Geral (SIG) na Europa “defendia a inclusão no Tratado da União Europeia de uma referência ao papel destes serviços” dado que “a sua modernização iria potenciar um desenvolvimento económico e a coesão social” (Santos, 2013, 15). Portanto, depois da aversão inicial registou-se uma mudança de pensamento que permitiu ao serviço público ganhar apoiantes dentro da União Europeia.

É neste contexto que em 1999 o Tratado de Amesterdão sublinha novamente o “crescente reconhecimento dos valores subjacentes ao SIG como elemento-chave na construção de um modelo social europeu” (Santos, 2013, 15). Inclusivamente a Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia incluiu um tópico dedicado apenas ao acesso aos serviços públicos. No final da década de 90 o espaço europeu ficou assim marcado por um crescente reconhecimento da importância do serviço público.

Tanto em 2000, na Cimeira de Lisboa, como no relatório ao Conselho da Europa, de Leaken, no ano seguinte, é dada especial atenção a esta temática, nomeadamente à “viabilidade económica dos

operadores de serviço público no mercado interno”, às “medidas de garantia de eficácia e bom desempenho” e à “crescente necessidade de transparência desses prestadores” (Santos, 2013, 16).

E por fim, mas não menos importante, é necessário referir o Livro Verde e o Livro Branco. O primeiro data de 2003 aborda o SIG e, mais concretamente, “sobre o papel da UE, sobre as formas de avaliar, financiar e organizar esses serviços bem como sobre a definição dos objetivos do serviço público”. Baseou-se em contribuições de vários intervenientes e um ano depois deu origem ao já referido Livro Branco. Portanto se o primeiro serviu para recolher depoimentos e opiniões o segundo serviu para apresentar propostas para melhorar o serviço público na União Europeia. E se “o Livro Verde foi importante” pelas pertinentes problemáticas que levantou o Livro Branco por sua vez “apresentou propostas tímidas” e que ficaram aquém do esperado (Santos, 2013, 16).

Este será sempre um tema polémico e passível de debates acessos dado que a posição da União Europeia será sempre considerada parcial (quando o objetivo é exatamente o oposto). Tal como refere Carles Llorens-Maluquer (2002, 10) “a posição da União Europeia a respeito do serviço público não pode ter um duplo sentido” ou seja, não pode ser de dois pesos e duas medidas.

A história do serviço público na Europa não termina aqui, contudo este enquadramento teórico pretende apenas realizar uma abordagem breve e resumida, como que introduzindo o tema ao leitor.

O início do Serviço Público em Portugal

Agora voltamos a recuar no tempo, de modo a percebermos o início da rádio e do serviço público de rádio em Portugal. Os primeiros passos da rádio em Portugal aconteceram em 1914 quando Fernando Medeiros fundou a Rádio Hertz – a primeira estação de rádio portuguesa.

Contudo o início revelou-se atribulado e, devido a várias dificuldades, apenas mais de dez anos depois (mais precisamente em 1925) é que teriam lugar as emissões radiofónicas regulares em Portugal.

Com o avançar da tecnologia começaram então a despontar estações amadoras. Jorge Moniz fundou, em 1928, uma das mais importantes estações das décadas de 30/40 – o Rádio Clube Português.

Dados e informações consultados no dia 10 de Outubro de 2014, disponível em:

<http://www.rtp.pt/wportal/sites/radio/75anos/historia.php>

<http://www.gmcs.pt/pt/radio-20121212-160235>

Dois anos depois é criada a Direção Geral dos Serviços Radioelétricos, que fica sob a dependência dos CTT (e que autoriza a compra de dois emissores, de ondas média e curta) e todo o serviço de radiotelegrafia, radiotelefonía e radiodifusão passa a ser considerado monopólio estatal.

Por sua vez em 1933 começam as primeiras experiências da Emissora Nacional, sendo que a sua abertura oficial apenas aconteceria em Agosto de 1935. Já a emissora católica, Rádio Renascença, apenas emite com regularidade em onda média a partir de 1937.

O papel da Emissora Nacional era de extrema importância para o regime político nomeadamente como órgão de propaganda do Estado Novo. Apesar de ser um meio de comunicação recente a rádio rapidamente conquistou o seu espaço dada a facilidade com que podiam ser produzidos os respetivos conteúdos, e o baixo preço dos rádios. Este segundo fator foi essencial uma vez que permitiu a expansão da rádio pois a população conseguia suportar o dinheiro que era necessário despende.

Na década de 50 tem lugar um salto qualitativo em termos técnicos e em 1954 a Emissora Nacional começa as transmissões, em inglês, de onda curta para o continente Asiático. É curioso constatar que em meados de 1957 existiam em Portugal cerca de 534.063 aparelhos de rádio num valor total que ultrapassava um milhão e meio em 1975. Depois desta data deixou de ser possível proceder a esta contabilização uma vez que o Decreto-Lei nº389/76, de 24 de Maio, aboliu o licenciamento e as taxas de radiodifusão sonora de aparelhos recetores de rádio.

Contudo estes números comprovam o poder da rádio e a facilidade, e rapidez, com que o mesmo foi aceite pela população. Não é, portanto, difícil de perceber o apertado controlo que o Estado Novo exercia através da Emissora Nacional, pois a rádio tornou-se na melhor forma de fazer propaganda ao regime e a algumas das suas figuras de topo.

Em 1976 a Emissora Nacional passou a designar-se RDP (Rádiodifusão Portuguesa) e foi criada a Antena 2, cuja programação é exclusivamente baseada em música clássica e programas culturais.

Posteriormente foi instituída uma nova taxa de radiodifusão sonora, cobrada com periodicidade mensal, aos consumidores domésticos através das faturas da eletricidade. Essa mesma taxa existiu até 31 de Agosto de 2003 (altura em que foi substituída pela contribuição para o audiovisual, criada pela Lei nº30/2003, de 22 de Agosto).

Os próximos anos são bastante conturbados nomeadamente pela nacionalização das estações de rádio (onde está incluída a Rádio Clube Português) sendo a Rádio Renascença a exceção à regra. A rádio católica conquistou uma crescente influência conseguindo inclusivamente aceder à onda curta.

Dados e informações consultados no dia 10 de Outubro de 2014, disponível em:

<http://www.rtp.pt/wportal/sites/radio/75anos/historia.php>

<http://www.gmcs.pt/pt/radio-20121212-160235>

Os anos 80 ficaram marcados pelas rádios livres (também conhecidas como “rádios piratas”), ou seja, estações ilegais que resultaram da paixão, mas também da inexperiência, de pessoas de todas as idades e de todo o país. Mas se por um lado as experiências que se faziam nestes espaços eram de salutar, e contribuíram de forma inequívoca para o crescimento da rádio em Portugal, por outro lado também não é menos verdade que era impossível de manter estas estações no vazio legal. O sucesso destes espaços é explicado pela forte ligação que tinham à região onde estavam inseridos, dando destaque a notícias locais (algo que não acontecia nas estações de rádio de cariz nacional).

Tornou-se então claro que a Lei da Rádio tinha de ser uma prioridade. Primeiro surge em 1987 e só depois de alterada, e novamente aprovada, é que se tornou possível o aparecimento de rádios locais devidamente enquadradas pela lei. O diploma em causa durou mais de uma década e conheceu duas leis posteriores: Lei nº4/2001, de 23 de Fevereiro e a Lei nº54/2010, de 24 de Dezembro.

Com a referida lei as “rádios piradas” tiveram uma de duas opções: ou procediam à legalização ou cessavam as suas emissões. Em 1988 o Governo abriu concurso público para a atribuição de alvará às rádios locais tendo sido autorizadas a emitir no ano seguinte 314 estações.

Os anos 90 marcam o nascimento da Antena 3. A 26 de Abril iniciou as suas emissões a rádio que pretendia promover a nova música portuguesa e que tinha como alvo o público mais jovem. Logo no ano seguinte é criada a RDP África, uma estação dedicada inteiramente aos países africanos de língua portuguesa. Estes foram dois passos muito importantes, dado que vieram colmatar fragilidades da oferta do serviço público português.

Em 2004 tem lugar uma reorganização dos *média* estatais com a criação da Rádio e Televisão de Portugal, onde se reúnem RTP e RDP. Esta remodelação incluiu ainda a mudança de instalações de ambos os serviços para a nova sede, localizada na Avenida Marechal Gomes da Costa, em Lisboa. Três anos depois é realizada nova reestruturação passando a chamar-se Rádio e Televisão, S.A.

Por fim o ano de 2010 marca o nascimento de duas rádios exclusivamente online (algo que não era inédito, contudo anteriormente foram apenas casos pontuais e celebrações de efemérides e não algo de permanente e definitivo): a Antena 3 Dance e a Antena 3 Rock.

O nascimento, e evolução, do serviço público é uma peça fulcral da história dos *média* em Portugal como tal era obrigatória a sua presença neste enquadramento teórico. O presente e o futuro da rádio pública (e, por extensão, também da televisão) serão discutidos nos pontos seguintes e são também eles uma vertente essencial desta reflexão teórica.

Dados e informações consultados no dia 10 de Outubro de 2014, disponível em:

<http://www.rtp.pt/wportal/sites/radio/75anos/historia.php>
<http://www.gmcs.pt/pt/radio-20121212-160235>

A atual crise do Serviço Público em Portugal

O atual momento do serviço público em Portugal é bastante delicado, e é marcado pela crise económica, e pelas transformações e modificações que ocorreram no passado recente. A entrada da Troika em Portugal deu início uma nova era para o serviço de rádio e televisão pública, marcada por cortes e despedimentos, e onde o serviço público passou a estar no centro das atenções mediáticas, sendo motivo para intensos debates (entre comuns cidadãos mas também especialistas no tema).

Por se basear em acontecimentos tão recentes (o processo ainda decorre sendo desconhecido qual o seu derradeiro final) o suporte teórico ficou assente nas matérias publicadas na imprensa e, neste caso, disponíveis através dos sites dos canais de televisão, jornais, rádios nacionais e sites noticiosos.

Tendo em conta o grave estado da economia nacional o Governo liderado por Pedro Passos Coelho, aquando da sua eleição, elaborou uma estratégia que visava o crescimento da economia, o aumento da receita e a diminuição da despesa governamental. Esse modelo seria suficiente para colocar novamente Portugal no caminho certo, vendo assim no horizonte um futuro bem mais risonho.

Quanto à diminuição da despesa governamental uma parte essencial dizia respeito às privatizações, ou seja, à venda de empresas que estão na posse do Estado português. Desse lote de empresas fazia parte a RTP, entenda-se, o serviço público de rádio e televisão.

No caso específico da RTP o Primeiro-Ministro Pedro Passos Coelho afirmou, em Agosto de 2012, em entrevista à Antena 1 que “primeiro é preciso saber qual a fórmula de fazer a gestão (da RTP). Só depois desse trabalho chegaremos às soluções finais. Essa fórmula pode passar pela concessão, privatização, encerramento de um canal ou de nenhum. Só quando este trabalho estiver concluído é que serão apresentadas as "soluções finais".

Posteriormente, António Borges (Conselheiro Especial do Governo) afirmou numa entrevista, em Setembro de 2012, à TVI que “a concessão da televisão pública a privados é uma hipótese muito atraente sob vários pontos de vista (...) o operador vai ficar, evidentemente, com as obrigações de cumprir o serviço público e continuar a receber pelo serviço público um apoio do Estado com a diferença que esse apoio será, seguramente, bastante inferior aquele que a RTP recebe hoje”.

Estas declarações modificaram por completo o debate público dado que a hipótese de concessão, ou privatização total, começaram a ser apontadas como as mais prováveis. E durante um largo período de tempo o próprio Governo assumiu ser essa a sua prioridade.

Mas antes do final do ano de 2012 teve lugar um episódio, polémico quanto baste, que mais uma vez agitou o debate em torno do serviço público. As forças de segurança uniram-se naquela que foi

* Informação consultada a 13 de Outubro de 2014, disponível em:

http://www.dinheirovivo.pt/economia/interior.aspx?content_id=3898009&page=-1

considerada uma das maiores manifestações de sempre em Portugal. O local escolhido foi a Assembleia da República e, para espanto dos jornalistas e de todos aqueles que assistiam em casa em direto, os protestos subiram de tom e os manifestantes subiram a escadaria da Assembleia. Um ato inédito e que apenas aconteceu porque os seguranças de serviço permitiram, deixando os colegas subir a escadaria.

A confusão instalou-se levando à detenção de alguns elementos mais exaltados. E a polémica surge porque as forças de segurança pediram à RTP as imagens das gravações da reportagem e do direto. Pedido esse que foi recusado por Nuno Santos (à época Diretor de Informação da RTP). Como resultado surgiu um processo interno que culminou com a demissão do próprio Nuno Santos.

À imprensa afirmou em comunicado que "a dimensão política deste acontecimento não ocorre numa fase qualquer, é um momento muito delicada da vida da RTP, em que se prepara a alienação de uma parte do capital da empresa, (...) nas últimas semanas eu tive sinais crescentes da intervenção que se prepararia dentro da RTP e que tinha a direção de informação, e eu próprio, como foco".

Após a demissão da administração liderada por Guilherme Costa surge a entrada de uma nova administração. Liderada por Alberto da Ponte, o nome indicado para a presidência da RTP gerou alguma polémica dada a sua inexperiência na área da comunicação social (anteriormente estava no sector das bebidas, mais concretamente era Presidente da Sociedade Central de Cervejas).

Já com os planos de privatização e concessão totalmente afastados, uma outra alternativa ganhou força: reestruturação. E é aqui que entra Miguel Relvas (Ministro Adjunto e dos Assuntos Parlamentares do então Governo de Pedro Passos Coelho) uma vez que esta era uma "pasta" da sua responsabilidade.

Este é o momento em que a expressão "reestruturação" entra definitivamente no vocabulário diário dos portugueses. E segundo declarações do próprio Ministro Miguel Relvas, ao Telegjornal da RTP1, essa mesma reestruturação poderia custar "cerca de 42 milhões de euros". Esse montante seria aplicado "na reestruturação e modernização da RTP".

Após a sétima revisão ao programa da Troika em Portugal, em Junho de 2013, foi decretado oficialmente o adiamento da privatização ou concessão da RTP. No "Memorandum of Understanding on Specific Economic Policy Conditionality" (p.79) pode ler-se: "a venda ou a concessão de um canal de televisão e estação de rádio pertencentes à RTP foi adiada e a retoma (desta operação) vai ser tratada no processo em curso de reestruturação da empresa (tendo em conta) condições de mercado apropriadas".

* Informação consultada a 13 de Outubro de 2014, disponível em:

http://www.dinheirovivo.pt/economia/interior.aspx?content_id=3898009&page=-1

Mas se o Governo pretendia aplicar cortes ao orçamento da RTP como poderia a empresa fazer a sua reestruturação? A solução encontrada foi o aumento da Taxa Audiovisual. Esta contribuição está inserida na fatura da eletricidade e, antes do aumento, era de 2,38 euros (com IVA). O Orçamento de Estado para 2014 propôs assim um aumento de 0,47 cêntimos subindo assim para 2,65 euros (na realidade para 2,81 se contarmos com o IVA).

Com este pequeno aumento o valor total da contribuição subiu de 147 milhões de euros para 167 milhões de euros (ou seja, um acréscimo de vinte milhões de euros).

Contudo apesar dos cortes é curioso constatar que por vezes as declarações dos responsáveis da RTP parecem contradizer as do Governo. Porque se por um lado Pedro Passos Coelho pretende cortar e agilizar a oferta, por outro lado, o Presidente do Conselho de Administração da RTP, Alberto da Ponte afirmou em Abril de 2014 que “temos a intenção de aumentar os canais temáticos com um canal infantil, por exemplo”. Até hoje esta opção nunca mais foi referida podendo assim ter sido apenas uma sugestão para concretizar no futuro.

No mesmo mês de Abril o atual Ministro Adjunto e do Desenvolvimento Regional, Miguel Poiares Maduro afirmou em declarações ao Dinheiro Vivo* que “o Governo reconheceu o esforço financeiro que a RTP tinha vindo a fazer e por isso atenuou esse esforço financeiro para este ano com a atualização da contribuição do audiovisual e o Governo entende que isso é suficiente para a empresa conseguir cumprir com aquilo que são os objetivos de serviço público”.

Atualmente o processo encontra-se muito menos mediatizado e o debate desvaneceu-se dado que não existe o fantasma da privatização, contudo a reestruturação avançou. E esses avanços tiveram como consequência centenas de rescisões e despedimentos. Parte do controlo orçamental da RTP foi conseguido precisamente com essas soluções que, por sua vez, vieram contribuir para o aumento do desemprego (outra das grandes prioridades e preocupações do Governo de Pedro Passos Coelho).

É impossível de prever o final deste processo, contudo se a reestruturação for bem conseguida é possível que o serviço público de rádio e televisão escape ileso à privatização. Mas o controlo orçamental parece ter vindo, claramente, para ficar.

Estará o serviço público em Portugal ameaçado? Que estratégia tem a atual administração? Está a ser dada a devida atenção e ênfase às novas tecnologias? A entrevista ao Diretor de Programação teve como objetivo procurar as respostas a todas estas questões.

* Informação consultada a 13 de Outubro de 2014, disponível em:

http://www.dinheirovivo.pt/economia/interior.aspx?content_id=3898009&page=-1

O Presente e o Futuro do Serviço Público

A rádio é um dos meios de comunicação que desde sempre melhor se adaptou à evolução dos tempos. Sobreviveu à chegada da televisão, da televisão por cabo e, nas últimas décadas, à internet e às redes sociais (citando assim três exemplos). De cada vez que o panorama dos *média* mudou alguém vaticinou a morte da rádio. Contudo, como podemos constatar hoje, todos estavam errados. Mas foi graças aos profissionais ligados a este meio (e aos ouvintes), que nunca aceitaram as sentenças de morte, que a rádio sobreviveu. A resiliência e a forte ligação entre os profissionais deste sector e os ouvintes permitiu a sua subsistência e a natural evolução e adaptação.

O futuro é, por definição, algo que está para acontecer e que nos é impossível de prever com total exatidão. Para percebermos o presente (e o futuro) da rádio temos que regressar ao passado, mais concretamente, à década de 90.

A verdadeira revolução, em Portugal, começou no final da década de 90 com o aparecimento de uma nova rádio: a Mega FM. Pertencente ao grupo da Rádio Renascença (que incluía também a RFM) foi a primeira rádio a “tratar os ouvintes pelo informal “tu”, algo que iria reinventar a comunicação em rádio em Portugal” (Alves, 2012, 359).

A verdade é que o início desta revolução aconteceu alguns anos antes quando, no início da década de 90, a Rádio Cidade começou a tratar os seus ouvintes de modo informal. Contudo, dado os respetivos locutores serem de nacionalidade brasileira, (e as diferenças existentes entre o português de Portugal e o português do Brasil) isso, na prática, refletia-se num tratamento por “você”. Ou seja, no Brasil era inovador, contudo em Portugal isso correspondia ao tratamento formal. O verdadeiro passo em frente foi então dado em 1998 com o nascimento da Mega FM.

Mas nesta equação é ainda preciso considerar o serviço público e a “jovem” Antena 3 que sempre tratou o seu público como sendo um grupo, usando assim a 2ª pessoa do plural (“vocês”). E este foi um dos fatores que mais contribuiu para o sucesso instantâneo da Mega FM. O grupo Média Capital lançou então a Cidade FM (que no fundo foi um aproveitamento e uma reinvenção da Rádio Cidade) e, posteriormente, a Best Rock FM para fazer concorrência ao Grupo Renascença.

O início do presente (e do futuro) da rádio aconteceu em 2004 com o surgimento do *podcast*. Helen Shaw (2006, 14) menciona a primeira referência na imprensa: “(...) foi num artigo do jornal Guardian e essa foi a primeira vez que o termo “podcast” e “podcasting” foi usado substituindo assim o termo “audio-blogging”. E se Dave Winer foi o “responsável pela invenção do RSS (Really Simple

Syndication)” a invenção do podcast ficou a cargo de “Adam Curry, um ex-locutor da NPR e entusiasta pela rádio (...) juntando assim o RSS e o MP3” (Shaw, 2006, 15).

Este foi um passo importante e que marcou o início de uma nova vida para a rádio. A internet concedeu à rádio o poder da omnipresença e da interatividade. Ou seja: passou a permitir que qualquer pessoa ouvisse a emissão, independentemente da sua localização geográfica, (ultrapassando assim a barreira da amplitude e força do sinal FM) e através do *podcast* passou a ser possível dar aos ouvintes a falsa sensação do direto (dado que se tornou possível ouvir qualquer programa, ou entrevista, em qualquer dia e hora mas sempre dando a sensação de que se está em direto). O *podcast* tornou-se fundamental para a rádio acompanhar os avanços nos *média* e continuar a “competir” com a televisão, aproveitando desta forma as características da internet a seu favor, assim como para conquistar um público mais jovem e mais ligado às novas tecnologias.

Voltamos agora a dar um salto no tempo, desta vez até ao passado recente. “Em 2010 a RFM fez uma reestruturação e tomou uma decisão que iria alterar, de forma radical, a sua relação com os ouvintes: trocou o “você” pelo “tu”, aproximando-se muito mais de quem colocava a RFM no topo das suas preferências” (Alves, 2012, 360). No fundo a estação apenas seguiu a recente tendência de uma maior informalidade para com os ouvintes.

Mas a pergunta que se impõe é a seguinte: qual a razão para esta tendência de maior proximidade entre as estações de rádio (e em particular os locutores) e os ouvintes? “Existem três razões: económicas, sócio-culturais e estratégicas” (Alves, 2012, 360). A primeira razão está diretamente ligada à terceira, dado que cada vez mais as marcas se apresentam mais jovens, mais “cool” e naturalmente, mais jovens. A juventude, em si mesma, é um objetivo de vida que parte da população persegue, logo as marcas vão também elas cada vez mais falar num “tom” mais jovem. Ora se pensarmos que as marcas são uma parte fundamental da vida (e da economia) das estações de rádio (através dos patrocínios e das parcerias) e juntarmos a isso a coerência que é uma estação ter, também ela, uma linguagem condizente com os anúncios e parcerias que possui percebemos a verdadeira importância de ambas as razões.

Do ponto de vista sócio-cultural a explicação reside no rejuvenescimento das práticas culturais e no facto de hoje em dia sermos jovens até muito mais tarde. Se juntarmos a tudo isto o aumento da esperança média de vida e o adiar de certos hábitos e tradições (como por exemplo casar, arrendar/comprar casa própria ou mesmo ter filhos) para o futuro a médio/longo prazo temos reunidos os fatores que explicam esta aproximação entre os ouvintes e as estações de rádio.

Regressemos agora à atualidade e naquilo em que se tornou fazer rádio. Longe vão os tempos em que bastava preparar um programa e emití-lo em direto na rádio. Hoje em dia é impensável não existirem

múltiplas plataformas onde partilhar os conteúdos criados em antena. Um site oficial, e uma página de Facebook, são quase considerados “requisitos mínimos” para a maior parte das rádios portuguesas. Uma aplicação para *smartphones* e *tablets* pode, também ela, ser considerada necessária nos dias de hoje para a maioria das rádios (contudo cada caso é um caso e temos sempre de ter presente a diferença entre as grandes rádios e as rádios locais, por exemplo).

Mas não basta possuir um *site* e estar presente nas redes sociais, é necessário alimentar essas plataformas. A internet, e principalmente as redes sociais, são uma fantástica ferramenta que as rádios podem (e devem) utilizar a seu favor. E isso implica atualizações, tão constantes quanto possível, assim como conteúdos exclusivos que atraiam os utilizadores para aquele local em detrimento de tantos outros espalhados pela internet.

Embora quantidade não seja sinónimo de qualidade, é expectável que quantas mais notícias, fotografias, vídeos e sons (sejam músicas ou reportagens) forem publicadas nas redes sociais mais probabilidades existem dos utilizadores tomarem contacto com as mesmas. Esse contacto pode levar a um aumento no número de “gostos”, comentários e partilhas. O que conseqüentemente vai gerar mais seguidores/fãs. E esses novos seguidores vão precisar de ser estimulados, algo que vai acontecer através de mais e melhores conteúdos. Ou seja, é um ciclo vicioso que se repetirá (em teoria é sempre possível crescer mais, contudo na prática a partir de certa altura o que acontece é que o crescimento torna-se progressivamente mais lento até se tornar impercetível). Mas como não existem fórmulas secretas não existe qualquer garantia de que a equação apresentada acima dê o resultado esperado (ou que os “novos seguidores” sejam atentos e participativos, por exemplo).

Segundo o estudo (sobre a relação da Antena 1, da TSF e da Rádio Renascença com as redes sociais) de Luís Bonixe (2012, 13) “as redes sociais são encaradas como um complemento daquilo que é difundido em antena. Ou seja, o centro da produção continua a ser o método tradicional de fazer rádio”. Significa isto que a prioridade é a emissão em direto (ou em diferido em casos muito específicos), sendo que só posteriormente a notícia/reportagem fica disponível no *site*. E por fim o passo que completa o ciclo: nas redes sociais os utilizadores são redirecionados para o *site* e para os conteúdos que entretanto já lá estão publicados. O site e as redes sociais são então interpretados como meios de apoio à emissão e não como ferramentas de igual importância e impacto.

A verdade é que “as redes sociais não inventaram a interatividade em rádio, mas transformaram-na” (Bonixe, 2012, 14). Ou seja, o Facebook e o Twitter “representam uma oportunidade de abrir ainda mais a rádio aos ouvintes” (Bonixe, 2012, 14). Nunca existiu tanta interatividade entre os ouvintes e os locutores e as estações de rádio como atualmente. Perpetuar a atual estratégia é não compreender na totalidade a importância das redes sociais para o futuro da rádio em Portugal.

É sempre complicado fazer previsões neste setor uma vez que o mesmo está em constante evolução e adaptação contudo a Organização das Nações Unidas (ONU) conseguiu em 2005 proceder a uma previsão que o tempo se encarregou de provar que está muito próxima da realidade. “Um dos perigos é o fato do serviço público passar a competir com meios de comunicação de todo o mundo” (ONU, 2005, 129). Previa a referida instituição que “as verdadeiras referências na área serão tidas como exemplo a seguir, ganhando sempre às restantes por disponibilizarem informação proveniente de fontes fidedignas” (ONU, 2005, 129).

Esta nova concorrência permite, por um lado, às estações nacionais superiorizarem-se em relação aos seus concorrentes diretos (nomeadamente as rádios locais, por exemplo) mas, por outro lado, faz com que passem a concorrer com as maiores rádios europeias e mundiais. E apesar dos riscos que isto representa para o seu futuro não é esperado que o mesmo seja afetado por esta possibilidade.

Transcrição da Entrevista

Esta entrevista foi realizada na sede da RTP, em Lisboa, no dia 9 de Outubro e tenho comigo o Dr. Rui Pêgo, Diretor de Programação de Rádio. Esta entrevista é no âmbito da minha tese de mestrado, sobre o Serviço Público em Portugal, mais concretamente o Serviço Público de Rádio. Dr. Rui Pêgo antes de mais muito obrigado pela disponibilidade em dar-me esta entrevista.

E começo por perguntar: Como, e quando, é que a rádio entrou na sua vida?

Acho que entrou desde sempre. Porque o meu irmão fazia rádio, que é mais velho do que eu, e portanto sempre tive uma relação muito próxima com a rádio. Depois porque vivia num país muito grande e portanto, (eu nasci em África), e a rádio em África tem uma força tremendíssima. E não havia televisão naquele tempo, ainda por cima, portanto a rádio tinha um papel central naquilo que era a vida das pessoas. E portanto o meu convívio com a rádio é desde sempre. Mas em dado momento, curiosamente, vivia num prédio onde havia uma estação de rádio no último andar. Mas pronto, comecei profissionalmente (ou profissionalmente não), comecei a participar diretamente na rádio num programa de estudantes, como muito boa gente, numa espécie de rádio de universidade já no último ano de liceu antes da faculdade. E a partir daí não deixei mais de participar e depois de me envolver, profissionalmente, nesta atividade. Foi assim que começou o meu percurso.

E como era ser locutor nessa época?

Nessa época não havia bem locutores. Havia pessoas que usavam todas as técnicas do meio que estavam a utilizar, isto é: escreviam textos, faziam reportagens, faziam relatos de futebol, faziam relatos de basquetebol, de hóquei em patins, faziam programas com discos, faziam noticiários, faziam tudo. Digamos que o profissional de rádio nessa altura (quando eu comecei) fazia tudo. Não havia essa diferença entre os apresentadores de rádio e os jornalistas. Cada profissional de rádio era um jornalista, no fundo, porque era um redator, um repórter, um apresentador, fazia programas com música e por aí fora. Portanto, eu acho que desse ponto de vista tive essa sorte. Acho que isso é uma sorte. Que é poder ter feito tudo em todas as áreas da rádio, em todas as disciplinas daquilo que constituiu o produto radiofónico, ter tido essa possibilidade de fazer isso tudo, ter vivido nesse tempo (ou ter começado nesse tempo).

E de que forma é que aqueles que o rodeavam (a sua família e os seus amigos) receberam esta sua opção de vida em relação à comunicação?

Opção de vida só se torna visível, e clara, mais tarde porque eu continuava a estudar e fazia aquilo um bocado por *hobbie*. Embora eu depois me tivesse profissionalizado logo e repartia a faculdade com a rádio (e nessa altura já ganhava dinheiro que não conseguia gastar, bons tempos esses). Acho que foi

uma evolução natural. Ninguém me questionou: “Mas porque é que não és economista em vez de seres profissional de rádio?” Ou: “Porque é que não és outra coisa qualquer em vez de seres profissional de rádio?”. Acho que essa questão nunca se colocou, acho que foi um desenvolvimento natural da minha vida profissionalmente. De resto eu não me veria a fazer outra coisa (hoje, se calhar, já me veria a fazer outras coisas mas naquela altura não me veria a fazer outra coisa).

E era precisamente de encontro a isso que eu ia neste momento. Se naquela altura a rádio, por ventura, não se tivesse profissionalizado, e seguido de forma profissional essa carreira, tinha algum “Plano B”?

Não tinha, de todo. Isto é, a minha carreira é um bocado fruto do acaso, eu deixei-me ir no *flow*. Não tinha um plano estratégico. Porque nessas alturas, com vinte anos, não se tem plano estratégico nenhum. Nessa altura vive-se a vida conforme ela vai aparecendo e conforme as oportunidades vão surgindo a gente vai tentando contorná-las e vai tentando agarrá-las e por aí fora. Ainda bem que assim foi. Eu tenho muitas dúvidas, até fico um bocado inquieto, quando há um miúdo de vinte anos que já tem um plano estratégico de como é que vai fazer a vida dele durante os próximos trinta anos. Parece uma coisa até um bocado redutora, porque a vida tem essa coisa extraordinária, que nenhuma ficção consegue igualar, que é hoje parece-nos que temos um muro à frente e amanhã esse muro abre-se e há um mundo de oportunidades. Nunca consegui definir uma estratégia. Nem mesmo quando dei passos arriscados, até do ponto de vista profissional. Quando, por exemplo, saí da Renascença para liderar um projeto novo (que era pirata, que era ilegal) corri um risco grande. Mas nem aí defini como estratégia: “Não não, porque assim eu vou dirigir a rádio e portanto isso vai-me dar oportunidade para...”. Não, fui porque achei que era o momento, e achei que era a altura e achei que fazia sentido. Nem hoje, eu acho que tenho um plano estratégico.

E, no fundo, como é que evolui o seu percurso profissional? Começa como amador, como dizia, mas depois como é que evoluiu até aos dias de hoje?

Depois profissionalizo-me, faço jornalismo ainda mesmo em África (em Luanda, na Rádio Nacional, eu trabalhava em dado momento naquilo que se chamava na altura o sector de informação). Depois vivi no Brasil uns tempos, onde não fiz coisa rigorosamente nenhuma. E depois em Portugal comecei a trabalhar na Renascença na área da programação (que eram as necessidades que eles tinham). Mas na Renascença também fiz tudo, ainda era uma época em que se fazia tudo: fazia-se jornalismo, se apresentavam programas de música, fazia-se reportagem de ciclismo (enfim, tudo e mais alguma coisa) lançamento de uma primeira pedra de uma rede de emissores e por aí fora. E portanto digamos que mais uma vez essa falta de segmentação da profissão, ou desta atividade, foi minha aliada em vez de ser uma dificuldade. Porque nessa época a Renascença estava a renascer das cinzas e precisava que as pessoas fizessem tudo. E portanto isso foi uma vantagem para mim, porque tinha algum *background* já adquirido (embora durante pouco tempo) a fazer várias atividades, nas diversas

disciplinas do produto radiofónico. E portanto digamos que isso foi uma vantagem. Fiz tudo: programas de música, fiz noticiários, reportagens de cobertura de eleições, fiz oito voltas a Portugal em bicicleta, sei lá, fiz tudo e mais alguma coisa que havia para fazer. Durante dez anos, que foi o tempo que tive na Renascença nessa altura. E depois houve este desafio da liberalização da rádio em 1987 (que depois se veio a confirmar em 1988/1989, mas eu saí da Renascença em 1987), para fundar uma rádio, que se chamou Correio da Manhã Rádio (CMR). Que durou sete anos, ou oito anos, que depois se fundiu com a Rádio Comercial quando foi comprada na bolsa. Eu assumi a direção dessa rádio, construí uma equipa que a produziu ao longo desses anos e digamos que as minhas funções de direção começaram aí, acho que ainda muito novo (acho que era ainda muito novo para ser diretor de coisa nenhuma). Mas são oportunidades e são momentos da vida que valem pelo desafio profissional, e que valem pelo desafio intelectual, porque era maior o risco que o benefício naquela época. Imaginemos que o Governo português não avançava para a liberalização, eu ia ficar a meio da ponte, certamente. O risco era, apesar de tudo, controlado, porque a rádio pertencia a um grupo de comunicação (que detinha o Correio da Manhã também, portanto era uma jornal) onde eu podia trabalhar a seguir. Mas digamos que havia ali um risco de ficar a meio da ponte, ou mesmo debaixo da ponte (virar um *homeless*). E depois a minha carreira desenvolve-se a partir daí. Acho que quem passa para o patamar de direção, sobretudo se tiver empenho, algumas ideias, e se conseguir rodear de gente competente, não é fácil (eu tenho um grande amigo, chamado João David Nunes, que diz que “o difícil não é ser diretor, é manter-se diretor”). Porque digamos que o cargo é muito exigente, em Portugal toda a gente sabe muito sobre rádio e televisão (toda a gente sabe tudo sobre rádio e televisão, é como futebol toda a gente sabe de futebol e, portanto, os treinadores são as bestas e amanhã bestiais e ao contrário e isso vale para os programadores de rádio e para os programadores de televisão). Mas para tornar rápido, e simples, aquilo que muito complicado, ou muito longo: CMR, direção da CMR, depois lançamento da Rádio Nostalgia (que foi um sucesso, ao fim de seis meses tinha atingido o *break even*) isto é eu começo a incorporar depois a minha formação de base de alguma maneira, que é a gestão, naquilo que, no fundo, é as definições das programações e por aí fora. Depois o grupo onde eu estava comprou a Rádio Comercial (que era pública) na bolsa, e eu assumi funções de administração na Rádio Comercial, e Diretor Geral da Rádio Comercial. Depois eles decidiram vender a Rádio Comercial, eu trabalhei cinco anos com os franceses da *Radio France Internationale*, que tinham em Lisboa uma coisa que se chamava Rádio Paris Lisboa, que já não existe, portanto durante cinco anos fui delegado deles cá e tomei conta da rádio. Depois voltei à Renascença durante dois anos (dois gloriosos anos) e depois vim para aqui (RTP), estou aqui há dez anos (vai fazer dez anos). Isto é, sempre em funções de direção.

E como é que surgiu a oportunidade de vir para esta casa e fazer parte do Serviço Público?

Surgiu a oportunidade em 2003, mas eu não aceitei e fui para a Renascença. Depois em 2005 o Luís Marques que é hoje o Diretor Geral da SIC (é mais do que Diretor Geral, é COO da SIC), e que era administrador aqui já me tinha convidado em 2003 e voltou a convidar-me em 2005. E nessa altura com um propósito muito claro: desenvolver os conteúdos rádio das três antenas nacionais (Antena 1, Antena 2 e Antena 3), no fundo consolidando-as no mercado, e desenvolver aplicações multiplataforma, no fundo desenvolvendo conteúdos e produtos nas novas plataformas que entretanto estavam a surgir, que estavam a ganhar expressão (como a internet, as redes sociais e por aí fora, as redes sociais mais tarde). E portanto foi esse desafio, essa possibilidade de conseguir começar a pensar numa coisa que se chama “convergência entre rádio e televisão” (sobretudo entre rádio, internet e televisão) para um meio qualquer que vai existir (e que a gente não sabe muito bem como se vai chamar) mas que vai existir aqui (aponta para o telemóvel), no meio digital, no ambiente digital. Nós daqui a algum tempo (já hoje mas daqui a algum tempo seguramente) quando vamos aqui a mim não me vai interessar saber a proveniência do conteúdo (se foi feito pela rádio, pela televisão ou especificamente aqui na web). Vou querer saber é se o conteúdo me interessa ou não. Digamos que este caminho de convergência entre a rádio, televisão e web (no fundo esta convergência para o ambiente digital dos meios tradicionais, jornais incluídos) vai conduzir inevitavelmente a uma alteração da lógica de funcionamento e da organização dos meios tradicionais, que tinham sempre uma lógica (no caso dos audiovisuais) de difusão e que vão passar a ter uma lógica de produção. Isto é, a mim interessa-me é saber e decidir o que é que eu quero produzir porque depois para distribuir hoje não tenho nenhum problema com isso (se não tiver uma rede de emissores tenho a web e portanto não tenho nenhum problema com isso, e no caso da televisão se não tiver via hertziana tenho o cabo) isto é, isso já não constitui hoje um problema. Isso é um problema que herdámos da Segunda Guerra Mundial em que a rádio, e a televisão, sempre foram muito controladas pela engenharia porque o que poder político precisava era de difundir, de fazer chegar às pessoas. Hoje não, cada um de nós pega nas suas coisas e faz chegar a quem quiser tudo o que quiser. Digamos que a lógica de organização, e o *mindset* das estruturas tradicionais (como é esta, e como é a Renascença, e a SIC e a TVI, e por aí fora) vão ter de alterar o seu foco, o seu *core*, ser o que produzem e não o que difundem.

Pelas suas características a rádio estará mais aberta e é mais facilmente adaptável a estas mudanças que estão a acontecer atualmente no meio da comunicação do que outros meios, como por exemplo os jornais?

Sem dúvida nenhuma. A rádio do meu ponto de vista é central no fenómeno da convergência. Porquê? Porque a rádio é essencialmente som. E o som é o fator que une todos os outros elementos. Não há imagem sem som. De resto há um exemplo tremendíssimo, que é a “Branca de Neve” (aquele filme do João César Monteiro, que já morreu, um cineasta português) que fez um filme só com som, sem imagem. Isto é, com um casaco à frente da câmara e aquilo é um negro. Isto é, ele manteve o filme,

conseguiu fazer o filme (que é hoje, de resto, estudado em diversas universidades) porque tinha o som, porque tinha os diálogos. Se ele não tivesse o som não conseguia fazer o filme. Digamos que é a mesma coisa que ver um filme qualquer (até uma promoção, um spot, o que seja, publicitário) sem som, ou seja, não vale nada. Portanto, o som é central na nossa vida. Porque o que é central na nossa vida é a palavra, é a voz humana. E portanto a rádio reflete (mais do que reflete, é a sua matriz, é a sua essência) que é o som, seja a palavra sejam outros sons. E o som tem uma capacidade tremenda de se misturar com tudo o resto. Eu posso escrever um grande texto e sonorizá-lo (e ele ganha outra vida, imediatamente). Eu posso ter um grande filme e sonorizá-lo (e ele ganha outra vida, imediatamente). Eu costumo dizer que a rádio é a charneira no processo de convergência (a rádio entendida desta maneira, como som e como janela onde as pessoas se encontram). E portanto do meu ponto de vista, neste processo de convergência (não é por acaso que a televisão se chama Rádio e Televisão, não é mesmo por acaso) a rádio tem um papel central. Por isso eu fico muito irritado e até muitas vezes muito inquieto (mais do que irritado, é já naquela fase seguinte à irritação) quando as pessoas falam sobre televisão, e quando há estas polémicas todas em torno do serviço público de televisão, e nunca ninguém está preocupado (como o meu bom amigo está) com o serviço público de rádio. Porque a rádio vai ser central, sobretudo num país pobre como o nosso (porque nós temos um país pobre e a televisão custa muito dinheiro) é fundamental que a escala se vá encurtando. Isto é, que a diferença de escala entre a rádio e a televisão do ponto de vista do custo se vá encurtando. Isto é, que a televisão consiga convergir também desse ponto de vista (e já há grandes experiências de *low budgets* que funcionam relativamente bem). Portanto eu acho que quer o meio tradicional da rádio, quer o meio tradicional da televisão, se vão conformar com aquilo que é o ambiente digital em que os orçamentos não são mais os orçamentos de milhões de euros com que a televisão trabalha em megaproduções (que ainda existem) mas que vamos convergir para uma coisa bastante mais sensata até do ponto de vista da sustentabilidade económica.

Em que consiste a sua função? Ou seja, o que faz um Diretor de Programação de Rádio?

Um Diretor de Programação de Rádio define sobretudo uma estratégia e define sobretudo as formatações das rádios. Isto é, define claramente (no caso, por exemplo, do Serviço Público obviamente que tem de obedecer aquilo que são os requisitos do contracto de concessão com o Estado, pronto isso são questões institucionais mas que determinam um conjunto de obrigações de programação) mas basicamente um Diretor de Programação, seja aqui seja noutra parte do mundo, define o formato da sua rádio. O que é que é o formato? O formato é eu explicar se tenho uma rádio de música e notícias, uma rádio de palavra e música, se tenho uma *tout and foo*, se tenho uma *music and news*, se tenho uma *talk radio* ou se tenho uma rádio musical. E na rádio musical definir se eu tenho uma rádio pop, uma rádio rock, uma rádio, em Portugal é mais difícil mas, jazz, uma rádio de hip hop, o que seja. Isto é, eu tenho que formatar do ponto de vista radiofónico como é que os diversos

elementos que constituem o produto se articulam. Eu depois posso dizer que eu tenho uma rádio música e notícias, como a Renascença tem (em que tem que tocar pelo menos seis músicas por hora, que os noticiários não podem ter mais do que sete minutos, por aí fora) ou uma rádio de música e notícias como tem a Antena 1 que tem uma diversidade de conteúdos tremendíssima e que tem noticiários um bocadinho maiores e que tem menos música (tem no fundo mais palavra do que música, isto é, tem mais conteúdo, sendo a música também um conteúdo, mas tem mais conteúdo de palavra do que de música). Posso graduar estas formatações, mas o formato é o mesmo (tenho notícias, tenho música, tenho diversidade de conteúdos, tenho futebol ou não tenho, tenho reportagens ou não tenho, por aí fora). E no caso das musicais eu tenho de definir outra coisa: tenho que definir para lá do tipo de música que eu toco (para as pessoas terem uma ideia emitem sobre Lisboa cinquenta e duas estações de rádio, Lisboa é um mercado altamente competitivo, e portanto cada rádio tem que ter uma cor de antena, eu (ouvinte) tenho que perceber quando ligo uma estação o que é que vou ouvir, e não como antigamente acontecia “vou ligar esta e depois logo vejo o que é que acontece”, tenho que saber à partida o que é que eu quero ouvir. Porque hoje as pessoas não consomem só uma rádio, consomem várias rádios ao longo do dia em função das suas necessidades específicas vão sintonizando uma ou outra. E do lado das musicais, que recolhem a fatia de leão do mercado (isto é, estamos a falar de qualquer coisa como 80/20 – 80% de audiência é nas rádios musicais, 20% nas rádios com palavra, e estou a ser generoso para as rádios com palavra). Mas depois nestes 80%, no *cluster* das rádios musicais, há obviamente formatos que são mais *mainstream* e portanto são mais apelativos para as pessoas (por exemplo, a RFM e a Rádio Comercial, que são rádios claramente *mainstream*, recolhem 30% desse mercado). Portanto trinta por cento do mercado das rádios musicais é deles. O que resta para os outros é uma espécie de cauda longa da internet (dois pontinhos, três pontinhos, um ponto, zero ponto não sei quê), isto é, são rádios mais segmentadas, mais alternativas, que se dirigem a públicos mais específicos. E o mercado português é um mercado *contingentado* sobretudo quem consome as rádios mais alternativas do ponto de vista musical é gente mais nova. E nós temos pouca gente nova, nós não somos nem o Brasil, nem Angola, nem os Estados Unidos, nem a Grã-Bretanha, nem a França mesmo assim, ou a Espanha, nós somos um país de velhos. E somos cada vez mais um país de velhos o que cria dificuldades a quem quiser impor projetos mais ou menos alternativos na área da música, da formatação das rádios musicais. Um Diretor de Programação o que é que faz? Voltando à questão: define este formato, primeiro, depois define uma estrutura de programação base para cada um dos formatos que identificou como sendo os que o servem melhor. E depois em cima das programações reúne um conjunto de pessoas, equipas, que sejam capazes de construir conteúdos em cima dessas programações (conteúdos que são uns pré-definidos, outros que resultam da atualidade e por aí fora). O que é que devia de fazer depois a seguir? Um Diretor de Programação a seguir devia fazer uma única coisa: *air check*. O que é que quer dizer *air check*? Era ouvir a sua rádio e trabalhar com as suas equipas todos os dias, de manhã à noite. E não fazer mais nada do que isso. Isto é, ter dois

ou três meses relativamente retirado para poder projetar o ano seguinte, mas todo o resto do ano devia de fazer isso. Mas não faz isso. Não lhe sobra tempo nas estruturas tradicionais (e agora estou a falar claramente da Rádio e Televisão de Portugal) porque acumula a gestão orçamental das grelhas de programas, de recursos humanos e de uma série de coisas que lhe retira tempo. Isto é, voltamos a uma percentagem de atribuição para cada uma das atividades, e provavelmente, 80% do tempo de um Diretor de Programação é gasto a fazer *report* e a fazer execução orçamental, que são muito mais da gestão do que da atividade criativa do Diretor de Programação.

Se existisse um apoio de modo a permitir que um Diretor de Programação fizesse apenas aquilo, segundo disse, deveria fazer, poderiam os resultados ser diferentes?

Poderiam, seguramente. O que eu digo, e estamos a caminhar nesse sentido, é conseguirmos ter em cada estrutura de funcionamento (e sobretudo na área dos conteúdos) suporte de controlo de gestão que permitam que os diretores possam aliviar um bocado a sua carga dessas atividades. Mas não podem deixar de a ter, porque programar é também gerir. E eu tenho que tomar opções, e as opções tomam-se em função do orçamento, não se tomam em função de outra coisa. Entre duas ideias extraordinárias eu posso querer optar por uma mas não ter dinheiro para isso e ter de optar pela “solução b”. Esse é um foco que nunca se pode perder de vista. Agora, acho que nós estamos a caminhar para aí, no sentido em que se trabalharmos mais organizadamente, será possível, obviamente, libertar tempo para trabalharmos em cima das equipas. Trabalhar em cima das equipas tem duas vantagens evidentes, do meu ponto de vista: uma é as equipas sentirem, obviamente, que há esse processo acompanhamento (há gente que não precisa muito disso, mas há outras pessoas que são muito dependentes, disso que se o diretor não lhes diz nada ficam um bocado acabrunhadas), depois tem outra vantagem evidente que é o das equipas interpretarem exatamente aquilo que o desenho de programação, que está feito, pretende. E isso só é possível num trabalho diário de interação, informal, e de “partir pedra” e de discordar. Só é possível nessa relação, doutra maneira é mais difícil. Uma coisa é um desenho de programação, mas para ser executado tal como ele foi desenhado só quem o desenhou é que pode transmitir isso. Porque esse desenho de programação é dado a várias interpretações: cada um interpreta-o à sua maneira, de acordo com a sua própria cultura radiofónica, de acordo com o seu próprio percurso profissional, de acordo, inclusivamente, com a sua cultura geral e cultura média, de acordo com a sua cultura tecnológica (há exemplos claros de quem já percebeu que um programa de rádio não acaba quando ele acaba de ser emitido e quem ainda não percebeu isso, há quem ainda discuta porque é que eu ponho o meu programa disponível na internet antes de ele ser emitido no FM, que são discussões que hoje já não fazem sentido). Há tempos diferentes para as diversas pessoas e como tal eles têm, obviamente, leituras diferentes daquilo que é o desenho de programação em que estão a trabalhar.

Estamos no início de Outubro, a caminhar para o final do ano, isso significa possivelmente, diria eu, que o Dr. Rui Pêgo e a sua equipa a preparar o próximo ano que se avizinha.

Não, o próximo está preparado desde Julho/Agosto, mas estão preparados e já com tópicos para 2016 e 2017. Acho que no tempo em que nós vivemos, que é um tempo que tem uma velocidade tremendíssima, devemos de tentar planear pelo menos a três anos de maneira a podermos ajustar depois momento a momento aquilo que está planeado. Tudo o que é desenhos de conteúdos para 2015 estão fechados desde Julho/Agosto (ou início de Agosto), e o orçamento das grelhas está para avaliação no Conselho de Administração desde essa altura. E como eu não tenho notícia de que não foi aprovado quer dizer que há consentimento e, em princípio, os orçamentos estão aprovados também. Até porque como agora a RTP faz parte do Orçamento de Estado nós tivemos que antecipar também tudo e o próprio Conselho teve que verter para o Orçamento de Estado as coisas que era necessário e os valores, e por aí fora, que eram necessários para a nossa vida e, portanto, teve que antecipar para isso para Setembro (costuma ser em Setembro/Outubro e este ano foi um bocadinho mais cedo por causa disso). O que eu gostaria é que no primeiro trimestre de cada ano estivesse pronto o ano seguinte. E isso é possível do ponto de vista de ações e iniciativas. Obviamente sem prejuízo depois de não perder capacidade de reação a coisas que acontecem, e que estão a acontecer a todo o momento, e que podem subverter e virar e alterar aquilo que está planeado. Mas o planeamento é para isso mesmo: para a gente poder alterá-lo. Se não houver planeamento não se pode alterar nada.

Sempre que o debate do Serviço Público acontece em Portugal fala-se da ligação dos políticos, e do poder político, com os diretores e profissionais, (quer da parte da televisão quer da parte da rádio) muitas vezes pondo em causa eventuais pressões que possam acontecer. Em algum momento isso lhe aconteceu?

Nunca. Não há nenhum tipo de pressão, (eu nunca tive nenhum tipo de pressão) decidi sempre em função daquilo que achava que era o melhor para as rádios que estão sob a minha direção e de acordo com aquilo que é o plano estratégico da empresa. Obviamente que respeito o contracto de concessão, as obrigações do Serviço Público e essas coisas todas. Nunca tive nenhuma pressão dessa natureza, mas também é verdade (é preciso dizer) que as áreas da programação estão mais resguardadas. Provavelmente essa pressão de que se fala poderá existir mais a informação de atualidade que é uma coisa que está mais próxima daquilo que é a atualidade política. Mas o que eu acho, e a opinião que eu tenho hoje, daquilo que é a relação entre uma empresa de Serviço Público (como a Rádio e Televisão de Portugal) e o seu acionista (que é o Estado, gerido pelo Governo) há hoje um amadurecimento cultural da democracia. E portanto há hoje um entendimento claro das partes que aquele tipo de pressão de que se contam histórias de antigamente, hoje eram impensáveis e não existem. Agora, como em tudo na vida, há pressões. Eu sou pressionado todos os dias: por si, por outra pessoa

qualquer que quer fazer uma proposta (que quer fazer um programa) isso é uma pressão. Agora quem tem cargos de direção (ou melhor quem tem que decidir sobre o que quer que seja) tem que estar habituado à pressão, de outra maneira não consegue decidir em consciência. Se for vulnerável à pressão nunca consegue decidir, senão à Segunda, Quarta e Sexta decide de uma maneira, à Terça e Quinta decide de outra e ao Sábado descansa, e ao Domingo também, não tem outra solução. Acho que hoje é mais um mito urbano a história da pressão dos políticos.

Não acontece na realidade?

Não, a sério que não acontece. Eu, se fizer um esforço de memória, nos últimos dez anos não me lembro de nenhum momento em que eu tenha sido obrigado a fazer uma coisa que eu não queria. Isto é que tenha tido uma pressão clara: “Você tem que fazer isto assim assim”. Não me lembro de nenhum momento desses.

O que significa para si o conceito de Serviço Público?

Significa ligar uma rádio com a sociedade. Significa que o serviço público é um serviço da sociedade. Acho que houve durante muito tempo uma ideia equívoca de que o serviço público é um serviço do Estado. Não é um serviço do Estado. Ao Estado compete gerir a sociedade. Mas o serviço público de rádio e televisão é um serviço da sociedade para a sociedade. E portanto desse ponto de vista o conceito é - eu tenho ouvintes, não tenho clientes. O conceito é: eu tenho comunidades (de interesses, obviamente, com gostos próprios e que formam uma comunidade muito heterogénea) e portanto tenho a obrigação de não marginalizar ninguém e de tentar ir contemplar as diversas comunidades, os diversos públicos. Mas como não há mais hoje a “rádio para todos”, como havia antigamente (a chamada “rádio de grande público”) o que é preciso é que o serviço público tenha condições, do ponto de vista da difusão, de ter propostas segmentadas que permitam tocar os diversos públicos. Isto é, se o serviço público de rádio tivesse apenas um canal era muito mais difícil cumprir essa função. Tendo três canais (eu acho que devia ter quatro, mas tendo três) é seguramente mais eficaz. Tendo uma rádio como a Antena 1, que é uma rádio generalista, música e notícias, com uma grande diversidade de conteúdos, com um olhar permanente e atento sobre a informação e sobre aquilo que acontece no país e no mundo, que trata a atividade desportiva, que tem um conjunto de conteúdos do ponto de vista dos diversos géneros que abarcam temáticas que vão dos afetos aos comportamentos, à cidadania e por aí fora (às causas públicas) esta rádio é uma rádio que não pode responder, por exemplo, às pessoas mais novas. E portanto é preciso que haja uma rádio dirigida à gente mais nova, que invista claramente nas novas gerações de músicos, que invista claramente nas novas gerações de humoristas. Que esteja preocupada sempre em conseguir ser uma rádio que também tem intervenção na sociedade e que discute algumas questões da sociedade. Tem causas públicas, como é o caso da Antena 3, que tem uma rubrica de sexo, por exemplo, que é muito ouvida e muito popular (e que já teve outras coisas como

sejam causas públicas como o racismo, a ecologia e por aí fora). E uma outra rádio, que é uma rádio clássica, dirigida obviamente a um segmento ainda mais minoritário da população mas que tem todo o direito (como os outros públicos) a ter uma rádio ou pelo menos a ter um conjunto de conteúdos que tem a ver com a sua própria atividade e com os seus próprios gostos que é uma rádio clássica. Nós não temos em Portugal capacidade para ter uma rádio de música e uma rádio de cultura, na área clássica, como tem por exemplo a França (que tem a *France Musique* e a *France Culture*). Mas temos uma rádio que tenta congrega estas duas áreas, a música e a cultura (entendendo-se a cultura como não musical, ou entendendo-se que a música não é cultura, mas pronto essa é a designação inclusivamente da UER – União Europeia da Radiodifusão e portanto é essa a designação que a gente usa. Desse ponto de vista é isso, é servir as comunidades, estar mais próximo delas (haver uma relação de proximidade grande). Há uma componente que a rádio pública ao longo dos anos tem tentado introduzir e que eu acho que ainda hoje lhe falta que é uma componente de afeto. Os produtos radiofónicos das três antenas nacionais da rádio pública são, regra geral, menos próximos que as concorrentes privadas. Há um pudor que eu não consigo perceber (e tenho muita dificuldade em perceber) de eu quando comunico comunicar com proximidade e afeto. Acho que não me descredibiliza, pelo contrário, humaniza-me. Mas há aqui uma reserva (sempre houve) que tem ainda haver com uma carga institucional muito grande que houve no passado de, quer do ponto de vista da produção da informação, quer do ponto de vista da produção de outros conteúdos, há uma relação de, eu não diria que é formal, porque já não é tão formal assim (já há muita informalidade mas é de menos proximidade). Há pudor em ser afetuoso, no fundo, e isso parece-me um erro. Claro que é um erro que não se corrige em meia dúzia de anos porque resulta de uma cultura profissional instalada, e portanto, é preciso dar tempo ao tempo.

A continuação da transcrição da entrevista realizada ao Dr. Rui Pêgo (Diretor de Programação dos três canais públicos de rádio) está presente nos anexos.

Análise da Entrevista

A entrevista ao Dr. Rui Pêgo (Diretor de Programação da Antena 1, Antena 2 e Antena 3) decorreu apenas no início do mês de Outubro dado que a sua apertada agenda tornou impossível a nossa reunião antes dessa data. Antes da análise propriamente dita é necessário referir a prontidão com que aceitou o meu pedido de entrevista assim como o esforço que fez de modo a que a sua agenda fosse articulada com a minha disponibilidade pessoal.

Quanto à entrevista em si decorreu no gabinete do próprio sendo que fez questão de não ser incomodado durante esse período (o telemóvel foi colocado no silêncio tendo desviado todas as chamadas que recebeu para a sua secretária pessoal e as mensagens escritas só foram respondidas no final da entrevista). Demonstrou sempre um total à vontade, respondendo de bom grado a todas as questões colocadas (mesmo as mais sensíveis) e fornecendo sempre respostas completas. A única razão para a entrevista não ter decorrido durante um período de tempo mais alargado foi o facto de ter uma hora específica marcada para a gravação do seu programa de rádio (acumula as funções de locutor com as de Diretor de Programação).

As primeiras perguntas visaram o início da sua carreira assim como o respetivo desenvolvimento. Considerei estas questões as ideais para o começo da entrevista uma vez que me ajudariam a compreender não só as suas bases e a sua formação. O facto de ter começado ainda em África (onde nasceu) foi fulcral na sua educação e na sua relação com os que o rodeavam, pelos valores que lhe foram inculcados e pela liberdade de que gozou. A forte ligação que a população africana possuía com a rádio influenciou-o decisivamente (*“a rádio em África tem uma força tremendíssima. E não havia televisão naquele tempo, ainda por cima, portanto a rádio tinha um papel central naquilo que era a vida das pessoas”*).

Outro fator decisivo para a sua evolução foi a idade com que começou a colaborar (de forma amadora) com uma pequena rádio, assim como a variedade de tarefas de que era responsável. O próprio reconheceu a influência que isso teve no seu percurso assim como a experiência e traquejo que lhe permitiu ganhar preparando-o assim melhor para ocasiões profissionais futuras.

A sua formação académica revelou-se posteriormente de grande utilidade pois forneceu-lhe ferramentas e conhecimentos de gestão que colocou em prática quando assumiu funções diretivas nas rádios por onde passou.

A sua passagem pela Renascença marca a sua carreira por, mais uma vez, ficar responsável por várias tarefas. Outra das vantagens, mais evidentes, foi o aprofundado conhecimento que ganhou em relação a praticamente todas as tarefas que são desempenhadas, o que beneficiou (e facilitou) o seu trabalho

quando chegou a cargos de gestão e direção: *“na Renascença também fiz tudo, ainda era uma época em que se fazia tudo: fazia-se jornalismo, se apresentavam programas de música, fazia-se reportagem de ciclismo (...). E portanto digamos que mais uma vez essa falta de segmentação da profissão, ou desta atividade, foi minha aliada em vez de ser uma dificuldade.”*

Outra fase importante da sua carreira foi a passagem pela Correio da Manhã Rádio (CMR), nomeadamente pelo processo de passagem de “rádio pirata” (portanto, ilegal) a projeto pioneiro em Portugal. Posteriormente está presente no lançamento da Rádio Nostalgia (o qual teve grande sucesso) e teve ainda tempo para regressar (ainda que de forma breve) à Renascença antes de se dedicar ao Serviço Público em 2005 (*“Surgiu a oportunidade em 2003, mas eu não aceitei e fui para a Renascença. Depois em 2005 o Luís Marques que é hoje o Diretor Geral da SIC (...) e que era administrador aqui já me tinha convidado em 2003 e voltou a convidar-me em 2005.”*).

A sua entrada na RTP marcou o início de uma nova era e a preparação das estações de rádio públicas para o futuro. E olhando para o passado é visível a diferença não só nos métodos utilizados como também nos resultados obtidos. O Dr. Rui Pêgo apostou na modernização da programação, na convergência entre as várias estações de rádio e a televisão e na interação com o público através das redes sociais e do respetivo site (que estava apenas no início quando chegou à função de Diretor de Programação), algo que se viria a revelar um tiro certo para as audiências.

A convergência é, na sua opinião, absolutamente fulcral nos tempos que correm (*“A rádio do meu ponto de vista é central no fenómeno da convergência. Porquê? Porque a rádio é essencialmente som. E o som é o fator que une todos os outros elementos. Não há imagem sem som.”*) beneficiando todos os envolvidos: rádio, televisão e público. A convergência é uma verdadeira sinergia, juntando forças e aproveitando o potencial, e as ideias, das restantes plataformas criando assim uma identidade coletiva em vez de individualizar e separar os diferentes serviços colocados à disposição do público.

Outra das afirmações do Diretor de Programação ajuda a perceber a sua posição perante o “papel secundário” que a rádio parece ocupar sempre que a discussão em torno do serviço público se adensa: *“Por isso eu fico muito irritado e até muitas vezes muito inquieto(...) quando as pessoas falam sobre televisão, e quando há estas polémicas todas em torno do serviço público de televisão, e nunca ninguém está preocupado (...) com o serviço público de rádio. Porque a rádio vai ser central, sobretudo num país pobre como o nosso (...) é fundamental que a escala se vá encurtando. Isto é, que a diferença de escala entre a rádio e a televisão do ponto de vista do custo se vá encurtando.”*

Ou seja, para que ambas as plataformas se mantenham estáveis (nomeadamente a nível financeiro, mas não só) é necessário aproximá-las combatendo o enorme fosso que separa a rádio da televisão.

Um dos objetivos da entrevista era entender qual o papel e as funções desempenhadas pelo Diretor de Programação, algo que ficou bem explícito: *“Um Diretor de Programação (...) define uma estrutura de programação base para cada um dos formatos que identificou como sendo os que o servem melhor. E depois em cima das programações reúne um conjunto de pessoas, equipas, que sejam capazes de construir conteúdos em cima dessas programações (conteúdos que são uns pré-definidos, outros que resultam da atualidade e por aí fora). O que é que devia de fazer depois a seguir? Um Diretor de Programação a seguir devia fazer uma única coisa: air check.”*

E é precisamente aqui que surge um dos principais obstáculos ao trabalho de um Diretor de Programação dado que se torna impraticável fazerem apenas *air check* durante uma parte substancial do ano. A gestão financeira é uma parte fulcral e que ocupa a maioria do tempo de um gestor. Contudo, se existir uma equipa coesa junto do Diretor torna-se possível conciliar ambas as realidades (a do *air check* e a da gestão financeira) não comprometendo nenhuma das duas. E neste caso específico, pelas declarações que me foram prestadas, é nesse sentido que caminha o serviço público nacional.

Uma das questões mais sensíveis inquiriu o Dr. Rui Pêgo sobre as ligações do poder político com o Serviço Público. Desde sempre que este tópico provoca acesas discussões e são conhecidas diversas histórias de situações em que, alegadamente, a relação entre políticos e comunicação social foi mais longe do que seria suposto: *“Não há nenhum tipo de pressão, (eu nunca tive nenhum tipo de pressão) decidi sempre em função daquilo que achava que era o melhor para as rádios que estão sob a minha direção e de acordo com aquilo que é o plano estratégico da empresa.(...) Agora, como em tudo na vida, há pressões. (...) Agora quem tem cargos de direção (...) tem que estar habituado à pressão, de outra maneira não consegue decidir em consciência.”*. Portanto, existe pressão (como em qualquer cargo diretivo) mas não uma relação promíscua entre os partidos, políticos, e o Serviço Público. Ou melhor, não existe tanto quanto sabe o Dr. Rui Pêgo, o que não invalida que tal seja verdade obviamente. Perante a minha insistência nesta questão em particular ele voltou a reafirmar a independência que sempre lhe foi dada: *“Eu, se fizer um esforço de memória, nos últimos dez anos não me lembro de nenhum momento em que eu tenha sido obrigado a fazer uma coisa que eu não queria.”*

Uma das questões centrais da entrevista visou perceber o que o Dr. Rui Pêgo entende como Serviço Público. Fez questão de referir que o serviço público não pertence ao Estado: *“O Serviço Público é o serviço da sociedade. Acho que houve durante muito tempo uma ideia equívoca que o serviço público é um serviço do Estado. Não é um serviço do Estado. Ao Estado compete gerir a sociedade. Mas o serviço público de rádio e televisão é um serviço da sociedade para a sociedade. E portanto desse ponto de vista o conceito é - eu tenho ouvintes, não tenho clientes.”*. Mas também a diversidade de

programação que se espera que tenha: *“O que é preciso é que o Serviço Público tenha condições do ponto de vista da difusão de ter propostas segmentadas que permitam tocar os diferentes públicos. Isto é se o serviço público tivesse só um canal era muito mais difícil cumprir essa função. Tendo três canais (...) é seguramente mais eficaz.”*

Outro aspeto digno de realce foi as diferenças que apontou entre as três estações de rádio públicas em Portugal: *“Tendo uma rádio como a Antena 1, que é uma rádio generalista, música e notícias (...) esta rádio é uma rádio que não pode responder, por exemplo, às pessoas mais novas. É preciso que haja uma rádio dirigida a gente mais nova (Antena 3), que invista claramente na nova geração de músicos, (...) que esteja preocupada sempre em conseguir ser uma rádio que também tem intervenção na sociedade e que discute algumas questões da sociedade. E uma outra rádio, que é uma rádio clássica (Antena 2), dirigida obviamente a um segmento ainda mais minoritário da população mas que tem todo o direito (como os outros públicos) a ter uma rádio (...)*. Esta afirmação permite-nos clarificar o papel de cada uma das estações percebendo o porquê da sua existência e o público a que se destinam (algo fundamental para podermos analisar e debater o serviço público).

É curioso constatar o facto de ser feita uma ligeira crítica a alguns dos profissionais do serviço público de rádio, ao referir a formalidade e o distanciamento que mantêm com o público (algo que não acontece nas rádios privadas), mas também um forte sentimento de esperança no futuro e nas próximas gerações (nomeadamente pelas novas ideias e abordagens que poderão trazer).

Para o futuro fica a indicação do desejo da criação de uma quarta rádio pública dedicada à terceira idade. Embora o desejo e a ambição de concretizar este projeto seja real existe uma barreira que o tornará impossível (pelo menos para o futuro a curto/médio prazo): *“(...) há um constrangimento óbvio, que é tecnológico, isto é: as redes nacionais de FM são redes coordenadas internacionalmente com os outros países (...). Se for possível coordenar internacionalmente mais uma rede de FM (e acho que o espectro não aguenta) (...) obviamente que fazia todo o sentido que essa nova rede fosse para o Estado, e fosse para o Serviço Público de Rádio”*.

Nesta fase a entrevista voltou a centrar-se no “papel secundário” que o serviço público de rádio parece ocupar quando comparado com o serviço público de televisão. E mais uma vez a posição do Dr. Rui Pêgo ficou bem vincada, disparando críticas em todas as direções. Porque se por um lado a televisão tem uma importância que a rádio nunca teve (*“(...) vivemos na era da imagem. (...) parece-me natural que a televisão suscite mais paixões e mais atenção que a rádio”*), por outro o poder político, de um passado não muito distante, teve comportamentos que mudaram as regras do jogo (*“(...) durante muitos anos digamos que a atividade política, e a disputa política, se habituou a usar a RTP como arma de arremesso uns contra os outros.”*) e o próprio público também tem a sua quota-parte de responsabilidade (*“(...) A RTP, que queria dizer “Radiotelevisão de Portugal”, que não quer dizer já*

isso, quer dizer “Rádio e Televisão de Portugal”, mas como é a mesma sigla as pessoas continuam a pensar que é “a televisão”).

Mas o Diretor de Programação reconheceu que a rádio pública tem, também ela, culpas que deve assumir: *“A rádio é uma atividade de aristocratas que não gosta de ser vistas, que gosta de trabalhar com a sua reserva de identidade, que tem alguma relação difícil com a imagem, não gostam de ser filmados, enfim, ainda há da parte da rádio esse tipo de atitude que vai ter tendência para desaparecer sobretudo com as novas gerações porque é gente que tem já o chip digital e o chip da imagem”*. Ou seja, é novamente feita a referência à “renovação de gerações” e ao facto de que, certamente, a rádio pública mudará tornando-se mais atual e aproximando-se das novas tecnologias e, por consequência, dos ouvintes. Através destas declarações foi perceptível que estava a referir-se a alguns locutores específicos, contudo não referiu nomes, sendo natural que os proteja da exposição e das consequências que isso lhes poderia trazer.

As especificidades dos três canais de rádio públicos torna-os únicos (cada um à sua maneira) sendo portanto impossível de os comparar à restante oferta de âmbito privado disponível em Portugal. Mas vamos por partes: *“A Antena 2 é por exclusão de partes, porque não há nenhuma rádio clássica no mercado.”*

Já a Antena 1 é um caso diferente: *“No caso da Antena 1 (que pode ser comparada com as suas diretas competidoras, que são a TSF e a Renascença) a diversidade de conteúdos que tem comparada com estas duas marca uma diferença substantiva e claramente identificável por toda a gente. O facto de a Antena 1 tocar apenas músicos portugueses (...) é uma outra diferença absoluta em relação à Renascença e à TSF. E portanto a Antena 1 é uma rádio única no mercado.*

Por fim temos o exemplo da Antena 3: *“A Antena 3 toca neste momento 65% a 70% de música portuguesa (e música da nova geração de músicos), e isto não tem nenhuma comparação com as quotas de música portuguesa que tocam rádios como a Comercial, a RFM (...). Depois construiu uma reputação na cobertura de festivais de música (...).”*

Existem outras temáticas que têm de ser analisadas, mas tal apenas acontecerá na conclusão visto que levantam questões em relação a pesquisas futuras e em relação ao futuro do próprio serviço público de rádio em Portugal.

CONCLUSÃO

A entrevista levada a cabo ao Dr. Rui Pêgo permitiu esclarecer vários aspetos e chegar a diversas conclusões. Em primeiro lugar é necessário referir o reduzido número de entrevistas, ou esclarecimentos, que o Diretor de Programação presta algo que tornou esta sua participação com fins académicos em algo de histórico (nomeadamente pela abertura demonstrada, algo nem sempre visto no serviço público em Portugal).

Perante as suas declarações tornou-se clara a forte ligação existente entre a rádio e a televisão pública. Foi notória uma clara estratégia de convergência com vista a uma identidade comum e com especiais cuidados na vertente financeira (tentando criar um equilíbrio entre os valores gastos pela televisão e pela rádio). Estas duas preocupações são de fulcral importância para o futuro do serviço público, inclusive para a forma como a população o ouve/vê, e entende, dado que uma imagem conjunta entre televisão e rádio pode trazer grandes benefícios para todos os envolvidos.

A integração das redes sociais e das novas tecnologias no dia-a-dia das rádios públicas permitiu-lhes chegar a diferentes públicos (o próprio Diretor de Programação o reconheceu na entrevista) nomeadamente as novas gerações (um público importantíssimo e muito difícil de atrair).

Outro comentário necessário é a proximidade entre a visão, e a opinião pessoal, do Dr. Rui Pêgo e as diversas definições de serviço público (poderia dar-se o caso de ambas não coincidirem, contudo tal não aconteceu). É visível no seu discurso a preocupação em diferenciar a oferta da rádio da oferta da televisão e as especificidades do meio pelo qual é diretamente responsável.

Esta forte tomada de posição sem dúvida que trazido bons resultados para as rádios públicas (nomeadamente ao nível das audiências). Citando o próprio Diretor de Programação: “(...) o crescimento de audiência na Antena 1 é visível, neste momento está a cerca um ponto da Renascença (...), e o no caso da 2 (Antena 2) também é inquestionável que é uma rádio que tem uma audiência de 0,4/0,5 pontos”. Mais à frente revelou os dados relativos às audiências da Antena 3: “A Antena 3 tem dois pontos e qualquer coisa, que é uma marca modesta do meu ponto de vista e que tem de crescer.”

Estas declarações comprovam o longo caminho percorrido, os resultados obtidos mas também a clareza de espírito, e a sinceridade, para admitir que a Antena 3 poderia (e deveria como se percebe pelas suas palavras) possuir audiências superiores às registadas.

Nota ainda para a clara noção que o Diretor de Programação transparece ter relativamente às dificuldades com que o serviço público se vai deparar no futuro a curto/médio prazo. A vertente

financeira parece ser uma das suas prioridades, tentando assim evitar alguma espécie de descontrolo (que naturalmente traria diversas consequências negativas tanto de forma direta como indireta).

Para o futuro ficam no ar algumas questões que poderiam integrar um novo estudo académico. Começando desde logo precisamente pelas audiências. Seria interessante acompanhar a evolução dos resultados das rádios públicas tentando perceber o porquê do sucesso (ou insucesso, obviamente) das opções tomadas pela Direção de Programação.

O serviço público em Portugal caminha verdadeiramente para uma igualdade entre a televisão e a rádio ou esse é um objetivo utópico? As diferenças de orçamento entre a televisão e a rádio têm aumentado ou diminuído nos últimos anos?

Outra questão de extrema importância é o espólio da Antena 1, Antena 2 e Antena 3. Estão as antigas gravações a ter os cuidados necessários tendo em vista a sua conservação? Onde se encontram esses registos sonoros? As polémicas do passado, relativas à falta de cuidado com que estes registos (sonoros mas também visuais, respeitantes à televisão) eram tratados, tinham fundamento ou não passavam de críticas mal-intencionadas?

Sob que condições trabalha o Provedor de Ouvinte? São-lhe dados todos os meios, e dados, para desempenhar a sua função? O que será que os anteriores Provedores do Ouvinte têm a dizer sobre o cargo e, concretamente, sobre o período em que desempenharam funções?

Todas estas questões podem dar origem a novos estudos académicos e serão, com toda a certeza, importantes para perceber qual o presente e o futuro do serviço público. Porque se por um lado o caminho parece tortuoso, por outro parece exequível desde que exista uma estratégia a médio/longo prazo.

Bibliografia

- Alves, Teresa Costa (2012). “Formal ou informal? "Você" ou "Tu"? Como os ouvintes têm sido tratados na última década em Portugal”. Comunicação apresentada no *Radio Evolution – Conference Proceedings*, realizado em Braga, 14 a 16 de Setembro de 2011, Braga
- Bonixe, Pedro (2012). “Sharing and retweeting sounds – the relation between radio journalism and social networks”. Comunicação apresentada no *Radio Evolution – Conference Proceedings*, realizado em Braga, 14 a 16 de Setembro de 2011, Braga
- Cordeiro, Paula (2012). “From Radio to R@dio: broadcasting in the 21st Century”. Comunicação apresentada no *Radio Evolution – Conference Proceedings*, realizado em Braga, 14 a 16 de Setembro de 2011, Braga
- European Broadcasting Union (2007b). *Public Radio in Europe: Conclusions and Outlook*. Consultado a 10 de Outubro de 2014, através de http://www.ebu.ch/CMSImages/en/Conclusions_Radio1_tcm6-52193.pdf
- Gama, Rui (2013). *O Financiamento do Serviço Público de Televisão em Portugal: Uma Revisão de Literatura*. Artigo com base na Dissertação de Mestrado em Economia da, Lisboa, Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica Portuguesa
- Jakubowicz, K. (2008, outubro). *Participation and Partnership: A Copernican Revolution to Reengineer Public Service for the 21st Century*. Comunicação apresentada no RIPE@2008, Mainz. Consultado a 15 de Outubro de 2014, através de <http://ripeat.org/wp-content/uploads/2010/03/Jakubowicz.pdf>
- Llorens-Maluquer, Carles (2002). The European Union Policy, Pluralism and Public Service Broadcasting. Comunicação apresentada na Conferência RIPE@2002, Barcelona, Consultado a 15 de Outubro de 2014, através de <http://ripeat.org/wp-content/uploads/2010/03/llorens.pdf>
- Mendell, Toby (2011). *Serviço Público de radiodifusão: Um Estudo de Direito Comparado*. Brasília. UNESCO
- Santos, Sílvio Correia. (2013). *Os Media de Serviço Público*. Covilhã. LabCom
- Santos, Sílvio Correia (2013). “Do Insucesso do DAB à expansão online: a estratégia digital da rádio pública portuguesa”. *OBS Journal*, 7, (2), pp 161 – 181

Shaw, H. (2006, novembro). *The Digital Future of Radio: Broadcasters and Economics; Users and Contents*. Comunicação apresentada na European Communication Conference, Amesterdão.

Consultado a 7 de Outubro de 2014, através de

http://www.athenamedia.ie/admin/report_images/digital%20future%20of%20Radio%20Shaw%20-%20May%202006.doc

Silva, Augusto Santos e Maria José Ribeiro (2013). “O Serviço Público de Comunicação Social Como Recurso da Política Cultural: A experiência portuguesa, 2002-2012”. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, I, pp 183-205

ANEXOS

Isso vai tender a mudar quando houver a renovação de gerações?

Vai tender a mudar, porque as novas gerações têm uma outra informalidade na forma como comunicam, não têm tanto pudor do afeto como têm as gerações mais antigas e portanto eu acho que a própria sociedade se encarregará de determinar que a rádio pública tem de ser de outra maneira. Eu dou sempre este exemplo: nos anos 30/40 a Emissora Nacional Portuguesa levava dez a zero de qualquer outra estação privada. Porquê? Porque nunca se riam, estavam aqui todos muito direitinhos e tal (não sei se o Salazar fazia revista às tropas antes dos gajos começarem a falar), mas era tudo muito formal. Os locutores tinham umas vozes extraordinárias mas eram todos muito formais. E a Emissora Nacional sentiu a necessidade de introduzir a radionovela (que os outros já tinham e que era um sucesso tremendíssimo) para poder começar a concorrer e a introduzir uma coisa que era “o serão para trabalhadores” que eram uns espetáculos de variedades, gratuitos, onde o povo podia ir para se começar a aproximar. Portanto já desde essa altura a Emissora Nacional era muito mais distante das pessoas do que as rádios privadas. E o serviço público não é isso. O serviço público é a rádio pública fazer parte da vida das pessoas. A rádio pública viver na sociedade, inscrita na sociedade que serve. E não uma coisa à parte, formal, distante, que tenta falar de cátedra para o seu povo. Isso era nouro tempo. Não é de hoje. É do tempo antigo.

Atualmente temos a Antena 1, a Antena 2 e a Antena 3 e dizia há pouco que, na sua opinião, devia de haver um quarto canal de rádio.

Devia, porque o país envelheceu. E é evidente que (há aquela frase-feita agora que “os atuais quarenta são os antigos trinta” e tal, bom, isso acho que é um bocado treta) a verdade é que o país envelheceu. Há mais gente mais velha do que gente mais nova. E há uma franja da população que está desprotegida, que não tem uma rádio. De resto a Renascença avançou com um projeto nessa área (eu estive, em dado momento, envolvido também nisso quando passei por lá) porque, de facto, acima dos cinquenta e cinco anos (e estou a dizer cinquenta e cinco anos mas aos cinquenta e cinco anos, sem usar a frase-feita, não é a mesma coisa que era há vinte anos atrás porque ainda por cima com o aumento da idade da reforma e por aí fora) com o aumento da esperança de vida das pessoas, eles morrem tardíssimo (de resto é esse um dos fatores de desequilíbrio das sociedades, europeias particularmente e a portuguesa em especial, porque a gente vai à rua e só vê velhos, que andam assim já trôpegos e tudo), portanto essa gente não tem uma rádio. Tem agora uma rádio, que é a rádio que a Renascença fez, a rádio SIM (que é dirigida para essa gente). Mas que é uma rádio que ainda é em onda-média, só tem alguns FM's e tal, portanto onda-média é uma má frequência para transmitir música porque tem má qualidade (se for só para voz pronto, agora com música tem má qualidade). O

serviço público tem particulares responsabilidades em relação a essa geração, e tem particular responsabilidade em relação a essas pessoas que se sacrificaram ao longo do tempo para dar uma vida melhor aos filhos e por aí fora. Fazia todo o sentido que o serviço público tivesse um quarto canal hertziano, disponível para toda a gente, justamente dirigido a essa gente mais velha acima dos cinquenta e cinco anos. Que, ainda por cima, são em número cada vez maior. Portanto, fazia todo o sentido. Nós tentámos na web, no plano estratégico para a web (de produção de rádio para a web) de criar rádios que, de alguma maneira, viessem de encontro a essas necessidades que nós sentimos de serviço às pessoas (a rádio Lusitânia, que foi a primeira rádio que lançámos na net, e a Antena 1 Fado). Porque essas rádios cumprem, de alguma forma esse papel. Embora sejam rádios passivas, não são rádios de comunicação, são rádios passivas. Nós na net definimos um conceito de “rádios estratégicas” e “rádios de oportunidade”. “Rádios Estratégicas” são aquelas que a gente lança e ficam lá: Lusitânia, Antena 1 Vida, Antena 1 Fado, Antena 3 Dance, Antena 3 Rock, Antena 2 Ópera (também é uma disciplina específica e que tem muitos adeptos em Portugal e que a Antena 2 não pode azucrinar a cabeça às pessoas com ópera a toda a hora, e portanto, quem quiser vai ouvir ali). E depois “rádios de oportunidade” que nós tentamos construir em função de acontecimentos, como foi a Rádio Woodstock, como foi a Rádio Rali de Portugal, as rádios do mundial de futebol e dos europeus de futebol, a rádio que fizemos na altura dos quarenta anos do 25 de Abril. Isto é, rádios que respondem a alguns acontecimentos de atualidade, ou históricos, que fazem sentido. Agora, o serviço público devia de ter uma oferta permanente de quatro canais hertzianos. Nós tentámos, há uns anos atrás, redesenhar a onda-média de maneira a podermos ter um quarto canal na onda-média. Mas o problema da onda-média é um problema de consumo. As pessoas habituaram-se a ouvir bom som e portanto ninguém gosta de ouvir ruídos (e a onda-média tem muito ruído, sobretudo à noite, com a invasão das rádios do norte de África e de Espanha) e digamos que não é, do ponto de vista do conforto de escuta, uma solução que faça sentido.

A criação desse quarto canal é um projeto para tentar implementar num futuro próximo ou apenas é uma intenção?

Não, é uma intenção porque há aqui um problema que é um constrangimento óbvio (que é tecnológico). Isto é, as redes nacionais de FM são redes coordenadas internacionalmente com os outros países. Portugal tem seis redes nacionais de FM (ou qualquer coisa assim do género): nós temos três, a Renascença tem uma, a Comercial tem outra (temos cinco redes de FM). Se fosse possível coordenar internacionalmente mais uma rede FM (e penso que espectro não aguenta), mas se fosse possível obviamente que fazia todo o sentido que essa nova rede fosse para o Estado e fosse para o serviço público de rádio, fazer justamente esse quarto canal. Porque é uma franja da população substantiva, cada vez mais influente (porque sobretudo com este desenvolvimento social que nós tivemos essa gente voltou a tomar conta dos netos e deixou de ter aquela vida que era “ok, os meus

filhos estão lançados e posso ir à minha vida”), voltou a tomar conta dos netos, está a participar ativamente com as suas parcas reformas na vida dos próprios filhos e portanto era fundamental ter uma rádio dirigida a essa gente.

Vou pegar numa afirmação que fez há um bocadinho atrás, quando falávamos do serviço público, em que dizia que algo que o chateia um pouco é quando o debate do serviço público se centra na televisão e a rádio fica um pouco com o “papel secundário”. Porque é que, na sua opinião, esse “papel secundário” é sempre atribuído à rádio, tendo sempre a televisão como ponto central do debate?

Porque nós vivemos na era da imagem e durante muitos anos digamos que a atividade política, e a disputa política, se habituou a usar a RTP como arma de arremesso uns contra os outros. E portanto digamos que isso inscreveu-se naquilo que são achicane política entre as diversas forças em presença em cada momento. A RTP (que queria dizer Radiotelevisão de Portugal, que não quer dizer já isso, quer dizer Rádio e Televisão de Portugal, mas como é a mesma sigla as pessoas continuam a achar que é “a televisão” ou “setor vídeo” como a gente lhe chama) tem uma importância capital na vida da sociedade, é indiscutível que a rádio perdeu força com a entrada da televisão. E sobretudo com a multiplicação da oferta da televisão. A mim parece-me natural que a televisão suscite mais paixões e mais atenção que a rádio. Depois isto tem uma outra justificação: é que a rádio é um meio mais consensual, é um meio que as pessoas incorporaram na sua vida (faz parte da vida das pessoas), é muito menos intrusivo do que é a televisão, e portanto suscita muito menos rejeição, muito menos ódios, muito menos paixões. E isso também ajuda. Depois, para a intervenção política, é muito mais fácil usar a televisão do que a rádio. A televisão é fácil toda a gente dizer: “Não viste mas vais ali e vê”. Na rádio é mais difícil: “Não ouviste o que aquele disse na rádio, ontem?”; “Disse mas foi aonde?”. É mais fácil usar a televisão. Além de que a televisão tem mais poder do ponto de vista do universo mediático. Essa é a razão. O que eu acho, quando eu digo isso, nesse défice, é que há responsabilidades públicas dos protagonistas políticos que deviam combater essa tendência. Porque a rádio é um fator de coesão nacional como a televisão não é. Porque em qualquer situação de emergência do país é a rádio que vai resolver os problemas não é a televisão. De resto faz parte do *kit* de sobrevivência da prevenção portuguesa (desse organismo que resolve os terremotos e por aí fora, faz parte um rádio com pilhas). Porque a rádio é o único meio que mantém uma portabilidade e uma mobilidade como a televisão não tem. Isto (aponta para o telemóvel) fica sem bateria e “ardeu”, a rádio não, se tiver umas pilhazinhas aquilo funciona sempre. A rádio funcionou, por exemplo, no Haiti, como o único elemento de ligação entre a população. Portanto é um fator de coesão nacional. E quem tem responsabilidades políticas não devia de perder isto de vista e não devia subvalorizar a rádio quando discute o serviço público de rádio e televisão. Porque hoje não há mais serviço público de rádio e serviço público de televisão. Há um serviço público de mídia (rádio, televisão e web), só que o discurso como é velho, como é ainda antigo, continua a acentuar a questão da televisão.

O facto de sempre que este debate acontece muitas vezes ouvirmos os protagonistas da parte da televisão mas ser mais difícil ver os protagonistas da rádio ter também esse debate de forma pública, pode ter influência nesse “papel secundário”?

Pode e aí a rádio tem claras culpas no cartório. A rádio é uma atividade de aristocratas, percebe? Que não gosta de ser vistos, que gosta de trabalhar com a sua reserva de identidade, que tem alguma relação difícil com a imagem, que não gosta de ser filmados, enfim, ainda há, da parte da rádio esse tipo de atitude. Que vai ter tendência a desaparecer, sobretudo com as novas gerações (porque é gente que tem já o *chip* digital e o *chip* da imagem). Além de que há uma evolução que nós estamos a trabalhar nela neste momento que é poder lançar uma *visual radio* e nesse momento (quando a gente lançar uma visual radio, a gente terá obviamente imagem permanentemente na rádio, digamos que essa é uma questão de tempo). O problema que se coloca é que boa parte daqueles que deviam ser os atuais protagonistas da rádio (devo ter sido o único que ficou) foram todos para a televisão ao longo do tempo. Se eu me lembrar da equipa inicial do CMR quase todos trabalham na SIC, ou na TVI. Se eu me lembrar das pessoas que se cruzaram comigo ao longo da minha atividade profissional boa parte delas hoje trabalha na televisão. Há autoridades profissionais, que com a sua evolução para a televisão, perderam obviamente credibilidade para poderem vir a público falar sobre a rádio porque eles já não têm nada a ver com a rádio. Além de que as figuras da rádio, hoje, são figuras muito mais ligadas com a música, por exemplo (ou melhor, extravasam para outros universos). Quando eu comecei, quando eu fiz a primeira parte do meu percurso profissional (onde também fiz televisão) digamos que da rádio extravasava-se para o universo da televisão. Hoje da rádio extravasa-se para o universo da música, dos dj's e por aí fora. E portanto, digamos que há personalidades da rádio que são muito respeitadas nessa área, mas que são completamente desconhecidas e ignoradas na área da televisão. Quem não tem uma imagem mediática normalmente não é chamado a esses debates. Acho que a explicação tem haver com isso.

Existe comparação possível entre as rádios públicas e as restantes rádios existentes em Portugal?

Do meu ponto de vista não. E podemos dar dois exemplos que são claros (para não falar na Antena 2, não há nenhuma rádio no mercado como a Antena 2). Eu acho que nós temos três rádios únicas no mercado. A Antena 2 é obviamente por exclusão de partes, não há nenhuma rádio clássica no mercado. No caso da Antena 1 que pode ser comparada com as suas diretas competidoras, que são a TSF e a Renascença (que são ambas rádio de música e notícias) a diversidade de conteúdos que a Antena 1 tem (comparado com a Renascença nem falar, que tem apenas música e notícias e ponto final, não tem mesmo mais nada) comparado com estas duas marca uma diferença substantiva, e claramente identificável por toda a gente. O fato de a Antena 1 tocar apenas músicos portugueses, por exemplo (com uma ou outra exceção mas 90%, ou noventa e tal por cento, da execução musical da

Antena 1 é de músicos portugueses ou músicos de expressão portuguesa) isso é outra diferença absoluta em relação à Renascença e à TSF. Do ponto de vista de uma rádio que é música e notícias (uma rádio de palavra, para simplificar) digamos que a Antena 1 é uma rádio única no mercado, não tem nenhuma comparação com as outras. Tendo o mesmo formato, mas não tem nenhuma comparação com as outras. Do lado da música (no caso da Antena 3), a Antena 3 neste momento toca sessenta e tal por cento de música portuguesa. E mais, música portuguesa da nova geração de músicos. Não é música do Max, ou da Florbela Queirós. É música portuguesa, das novas gerações de músicos. Portanto isto não tem nenhuma comparação com a quota de música portuguesa que tocam rádios como a Comercial, RFM e por aí fora. Depois a Antena 3 é uma rádio (para além deste ADN da música portuguesa e das novas gerações de músicos portugueses) que construiu uma reputação na cobertura de festivais de música (isso também é uma diferença considerável, se bem que neste momento haja outras rádios a fazer esse percurso também e a tentar ganhar notoriedade nessas áreas, o que é legítimo). Uma terceira coisa é, por comparação com as outras, uma rádio que se preocupa em mostrar primeiro (isto é uma rádio que se preocupa muito com a novidade e não apenas exclusivamente com a repetição) e isso é uma outra diferença considerável. Mais: sendo uma rádio musical tem, apesar de tudo, conteúdos de palavra que nenhuma outra rádio musical tem (e que, obviamente, lhe produz algum *handicap* no mercado em termos de audiência, seguramente, não tenho qualquer dúvida sobre isso). Mas é uma missão. É uma missão que haja um debate com jovens humoristas, que haja um programa como o do Alvim, que haja coisas com a Bulha faz (do sexo). Eu acho que o serviço público tem, neste momento, três rádios únicas no mercado que não são comparáveis com nenhuma outra. Disputando o mercado, obviamente, do *cluster* das musicais e disputando o mercado do *cluster* das rádios de palavra.

E na sua opinião a população, os ouvintes, percebem essas diferenças entre as ofertas das rádios públicas e as restantes. Ou tendem a confundir um pouco a oferta que é feita pelas restantes rádios e pelo serviço público?

Eu acho que poderão tender a confundir no caso da Antena 3. Como é musical e é mais jovem podem ter tendência a confundir: “ok, eles também tocam música e têm notícias pequeninas no topo da hora e portanto são iguais aos outros”. Mas isso um ouvinte, pouco atento, porque um ouvinte mais atento, e que oiça com alguma regularidade as várias rádios percebe rapidamente a diferença entre a Antena 3 e as outras. No caso da Antena 1 eu acho que o público reconhece claramente a qualidade, a riqueza da programação, a diversidade da programação. E de resto o crescimento de audiência da Antena 1 é visível (neste momento está a cerca de um ponto da Renascença, que era uma coisa impensável há seis, ou sete, anos atrás). E no caso da 2 também é inquestionável que é uma rádio que tem uma audiência de 0,4/0,5 pontos (que é uma audiência pequena, mas aquele é um universo pequeno de consumidores e de interesses). No caso da 3 tem uma audiência que podia ser maior, e que pode

crescer, mas que tem um percurso a fazer neste momento que é justamente posicionar-se no mercado como definitivamente, a rádio das novas gerações, e a rádio dos novos criadores (e a rádio daquilo que são os criadores e a criatividade portuguesa).

De que forma é que é possível conjugar aquilo que é fazer serviço público com a chamada “luta de audiências”?

Fazendo esse percurso que eu falava há bocado do afeto. A nossa relação com os meios de comunicação faz-se muito através do afeto: “eu gosto da forma como eles fazem”; “eu gosto daqueles conteúdos”; “eu gosto daquela rádio”; “eu gosto daquela televisão”. Essa componente do afeto (que nós temos que explorar mais) pode ajudar. Mas há duas, ou três, coisas que me parecem essenciais. Eu diria, numa equação muito simples, que rádio são três coisas (e por esta ordem): distribuição/difusão, marca e conteúdo. E estas três coisas têm que caminhar juntas. Nós temos um problema sério de difusão, e de distribuição, isto é: as nossas três redes de FM não têm investimento há muitos anos, os emissores, alguns deles, estão depauperados e portanto finalmente conseguimos pôr no terreno um estudo, minucioso, (que é o primeiro que a rádio pública faz em toda a sua história) sobre a efetiva cobertura das nossas redes. Para quê? Para podermos (como não temos dinheiro) perceber que tipo de investimentos cirúrgicos é que temos que fazer para melhorarmos a nossa *performance*. E isso é igual, no mínimo, a um ponto e meio ou dois pontos de audiência. A máxima é simples: eu não oiço o que não me chega. Tão simples quanto isto. É quase *La Palice* não diria melhor. E as informações que eu tenho sobre a primeira fase do estudo são tremendas, e terríveis. Isto é: há muitas zonas em que nós cobrimos deficientemente. Mais: não estamos a cumprir o serviço público. Mais: não estamos a cumprir o contrato de concessão. Digamos que há, com esta administração, essa possibilidade. O estudo deverá estar pronto no final de Novembro, (esta primeira fase, que engloba os principais centros urbanos e as cidades médias portuguesas, digamos que o critério foi de densidade populacional) e portanto admito que a seguir a isto haja uma intervenção do ponto de vista dos emissores com algum investimento, cirúrgico, que melhore o nosso desempenho. Depois outra coisa é a marca. E nós temos estas três marcas no mercado (Antena 1, Antena 2 e Antena 3) que, finalmente desde há um ano e meio para cá, começam a ter uma relação de *cross promotion* com a televisão (coisa que não acontecia antes). Nós vamos poder começar a comunicar melhor as nossas marcas. Mas, também é verdade, que não fazemos uma campanha de publicidade das rádios há quatro anos (o que é fatal). O que é fatal, porquê? Porque o estudo de audiências da rádio é um estudo de *recall*, isto é, não é um audímetro como tem a televisão (eu amanhã sei exatamente o que é que as pessoas viram hoje na televisão e a televisão tem uma difusão estável, ao contrário da rádio em que cada rádio tem a sua rede). O estudo é: “que rádio você ouviu ontem?”. E dá-me resultados de dois em dois meses (ou de três em três meses, consoante os casos). Este trabalho da marca também está a ser feito. Mas isto tem de ser feito tudo ao mesmo tempo. E depois o conteúdo. E aí é o sítio onde nós temos andado

melhor, do meu ponto de vista. A convergência destes três vetores levará a que as rádios públicas possam ter um desempenho de mercado melhor do que têm neste momento. Não depende apenas do conteúdo.

Continuando a falar de audiências, pode revelar-nos os últimos dados a que teve acesso?

A Antena 1 tem seis pontos, isto é, está a um ponto da Renascença (que é uma coisa histórica). A Antena 2 tem 0,4/0,5 pontos anda sempre ali naquela faixa, e não crescerá muito mais (e mesmo a Antena 1 não crescerá muito mais se estas duas questões não forem resolvidas). A Antena 3 tem dois pontos e qualquer coisa, que é uma marca modesta (do meu ponto de vista) e que tem de crescer. Mas também não vai crescer para quinze pontos como tem a RFM. As rádios de serviço público não disputarão nunca a liderança das rádios em Portugal. A liderança das rádios em Portugal será feita sempre por rádios musicais, rádios que eu chamo de *easy listening* (isto é, rádios *mainstream*, rádios de grande público, rádios que não exigem nada, que são de companhia clara). Porque estas duas rádios (a RFM e a Rádio Comercial) detêm 30% do mercado. E portanto nunca as rádios do serviço público atingirão estes valores.

Do contato que tem com os ouvintes (seja através do seu dia-a-dia ou através das redes sociais e dos vários sites que as rádios públicas têm) qual é o feedback que recebe por parte do público?

O *feedback* é de gente muito empenhada, ouvintes muito militantes (muito atentos aquilo que nós fazemos, muito críticos sempre em relação a tudo o que nós fazemos). Mas também muito efusivos quando aplaudem. Como eu disse há bocado a rádio não provoca grandes reações e grandes paixões, acesas e incendiadas, de ódio ou de paixão, não provoca isso (porque a rádio faz parte da vida das pessoas como a nós também não nos provoca grande paixão ou grande entusiasmo o café onde vamos beber café de manhã, está lá e faz parte da nossa vida). Agora eu acho é que há uma redobrada atenção e um escrutínio permanente em relação às rádios de serviço público que não há em relação às rádios privadas. Isto é, há uma desculpabilização dos produtos que as rádios privadas apresentam (que se a rádio pública fizesse uma rádio tipo RFM, caía o Carmo e a Trindade, porque nós éramos uns vendidos à facilidade). As reações que eu tenho são reações de mesmo quando há crítica há uma crítica muito empenhada (de alguém que entende que isto é um património da sociedade). O que eu destacaria, se pudesse definir qual a relação dos nossos ouvintes com as nossas rádios era: eles sentem que isto é um património deles, da sociedade. E isso é uma boa ideia, isto é uma coisa que nos gratifica porque é o meu entendimento. Nós devemos trabalhar para as pessoas, para a sociedade, para a comunidade e não para o Estado.

Na sua opinião, a população do chamado “Portugal real” tem a noção do que é a definição do serviço público?

Não, não tem, não tem. E aí também a culpa é nossa porque nós comunicamos pouco isso. Nós comunicamos pouco que estamos a fazer uma série de coisas do ponto de vista histórico. Nós não comunicamos que somos a única rádio que fala português em Alcoutim (porque não chega lá mais nenhuma). Não comunicamos uma série de coisas que são património nosso e que são património de serviço, e portanto isso é uma responsabilidade nossa. Porque as pessoas só sabem aquilo que lhes dizem. Podem ter ideias (cem pessoas terão cem ideias diferentes sobre o que é o serviço público), mas acho que em relação à rádio essa discussão não se coloca. Coloca-se muito a discussão do serviço público em relação à televisão, mas em relação à rádio as pessoas estão perfeitamente satisfeitas com aquilo que têm. Exigiriam um bocadinho mais, obviamente que se tivéssemos um bocadinho mais de dinheiro poderíamos fazer mais coisas (podíamos fazer mais concertos, podíamos pôr mais músicos a tocar, podíamos, no fundo, estimular os circuitos dos músicos portugueses, coisas que não podemos fazer porque não temos dinheiro para produzir concertos). Fazemos isso na área clássica, onde é mais fácil de fazer, mas na área da música popular não conseguimos fazer isso. Podia haver da parte das pessoas (se houvesse uma discussão clara sobre isso) que houvesse uma boa fatia de pessoas que dissesse que “você podiam fazer mais isto ou mais aquilo”, mas acho que não. Acho que, regra geral, em termos médios, eles estão satisfeitos com o que fazemos.

Finalizo com apenas duas questões, uma delas relativamente ao Provedor do Ouvinte. Pedia que explicasse sucintamente o que é o Provedor do Ouvinte e como é o processo para a pessoa que ocupa o cargo de Provedor do Ouvinte.

O processo de candidatura é: o Conselho de Administração propõe ao Conselho de Opinião da empresa um nome para Provedor do Ouvinte (ou Provedor do Telespetador, é igual o processo). O Conselho de Opinião ouve o Provedor e vota, decide, porque o parecer do Conselho de Opinião é vinculativo no caso do Provedor do Ouvinte. É uma proposta do Conselho de Administração que o Conselho de Opinião valida ou não (em função da personalidade que se apresenta). O papel do Provedor do Ouvinte é um papel de servir de ponte, de canal, entre aquilo que são as reclamações dos ouvintes e aquilo que são as justificações para as diversas situações por parte das direções e dos diversos protagonistas, da rádio. Eu acho é que o Provedor do Ouvinte tem pouco que fazer. Como eu disse há bocado a rádio é muito consensual, aquilo que as três rádios públicas fazem é do agrado generalizado das pessoas. Digamos que a Provedora do Ouvinte (neste caso) tem muito pouco que fazer, e tem de puxar muito pela cabeça para ter o programa semanal, porque senão não tem temas para tratar no seu programa.

Finalizo com uma tentativa de fazer com que preveja um pouco o futuro perguntando-lhe: como vê a rádio em Portugal daqui a, por exemplo, 20/25 anos?

Produz-se muito boa rádio em Portugal. O mercado português de rádio é altamente competitivo. E muito profissional (está á frente, por exemplo, do mercado Espanhol e está a par do mercado Francês, claramente). E, o que eu prevejo, é que a rádio vai ter um papel central naquilo que é a convergência para o ambiente digital. É a única coisa que posso prever neste momento. Que papel terá depois nesse ambiente digital isso é outra coisa. Agora que vai ter um papel central nesse processo de convergência não tenho grandes dúvidas sobre isso. O que me parece é que ainda não surgiu nenhuma solução que tivesse a mobilidade a portabilidade que a rádio tem, e enquanto isso não acontecer a rádio será um meio essencial porque é um fator de coesão nacional.