



Departamento de História

Do Outro Lado das Janelas – O Imaginário Cultural da RTP Internacional

Joana Lourenço Ferraz

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Gestão e Estudos da Cultura

Orientador:
Doutor Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso, Professor Catedrático
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2016

AGRADECIMENTOS

À RTP, casa que me permitiu fazer este trabalho sem constrangimentos.

Às pessoas que nela trabalham com integridade acreditando sempre que o projeto do serviço público de televisão é válido e deve sobreviver.

À Direção Jurídica onde, junto dos meus colegas, cresço todos os dias.

Ao Presidente do Conselho de Administração da RTP, Gonçalo Reis, pelo seu interesse e disponibilidade.

Pela sua colaboração direta na construção de muitas ideias e pela assertividade da sua crítica, António José Martins, mas sobretudo pela amizade e pelo desafio de me obrigar a aceitar que nem sempre estou certa.

Ao Daniel Lima da Direção de Engenharia Sistemas, ao Paulo Jorge da área da Distribuição Internacional e a todos os colegas amigos do Núcleo Museológico da RTP, grata pelas preciosas ajudas.

Pelo companheirismo e amizade dentro e fora da RTP, António Pedro Capela e Paula Gomes.

À minha família que soube entender quando este projeto pediu tanto do meu tempo: Mãe, Pai, Ilídio, Carla, Bruno, Sónia e João, os meus.

Aos amigos que esperaram que desse por terminado o meu retiro e voltasse livre ao colo da sua presença.

À minha avó por ser refúgio.

Ao meu orientador, Gustavo Cardoso.

RESUMO

Esta dissertação visa o estudo do género cultural na RTP Internacional através da análise dos alinhamentos da sua emissão ao longo de oito anos. O objetivo primário é verificar a existência de conteúdos culturais na emissão deste serviço de programas tendo em conta as premissas da sua missão identitária e cultural no contexto das emissões internacionais, aspetos igualmente tratados. Através do sistema de classificação de programas utilizado pela RTP, autonomizaram-se os programas do género cultural e avaliou-se a sua expressão quantitativa através da sua frequência e duração. Os resultados demonstram que há uma grande diferença entre um canal que se apresenta vocacionado para assegurar e promover a cultura de um país e os programas que nele são emitidos com relação à própria cultura. No entanto, a RTP Internacional tem um papel muito específico no panorama das televisões internacionais junto do seu público-alvo, comunidades portuguesas e países de expressão portuguesa e, nesse sentido, é um serviço cuja relevância deve ser mais trabalhada.

Palavras-chave: televisão, emissões transnacionais, identidade, género cultural.

ABSTRACT

This dissertation focuses on the study of the cultural genre in RTP Internacional through the analysis of its broadcast alignments in eight years. The primary purpose is to verify the existence of cultural programmes in its broadcast having in mind the basis of its identitarian and cultural mission in the transnational broadcast context, equally approached aspects. Starting from the audiovisual programmes classification system used by RTP, the cultural genre programmes were assorted and its quantitative expression was evaluated by their frequency and duration. The results show that there is a great difference between a channel that presents itself designed to ensure and promote a country's culture and the broadcasted programmes related to that culture. Nevertheless, RTP Internacional has a very specific role in the transnational broadcast panorama by its target-public, the Portuguese communities and Portuguese language countries and, in that sense, is a service which relevance must be better addressed.

Key-words: television, transnational broadcast, culture, identity, cultural genre.

ÍNDICE

Agradecimentos	ii
Resumo	iii
Abstract	iii
Nota Introdutória	1
Introdução	2
Estratégias Metodológicas	4
1. O Vínculo Social da Televisão	7
2. <i>A Difícil</i> Relação da Cultura com a Televisão	10
3. Cultura e Género em Televisão	14
3.1. Falamos de televisão cultural?	14
3.2. Falamos de género cultural?	17
4. A RTP Internacional	21
5. O Panorama da RTP Internacional no <i>Broadcast</i> Internacional	26
6. O Mundo Lusófono – O Grande Público da RTP Internacional	34
6.1. O Reflexo do seu público	38
7. Análise da Emissão RTP Internacional	43
7.1. Classificação do género cultural	43
8. O Género Cultural na Emissão da RTP Internacional	48
8.1. Análise Global	52
8.1.1. Idioma de Emissão	55
8.1.2. Origem dos Programas	56
8.1.3. Canal de Produção / Aquisição	58
8.2. Análise ao Macrogénero Cultural	60
8.2.1. Canal de Produção / Aquisição	66
8.2.2. Intenção do Conteúdo	67
Conclusão	70
Fontes e Bibliografia	74
Anexos	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 5.1		
Rede Satélite da RTP Internacional. <i>(Fonte: RTP; editada pela autora)</i>		30
Figura 6.1		
Portugueses no Mundo. <i>(Fonte: RTP; Editado pela autora)</i>		36
Figura 7.1.1		
Classificação multidimensional de um programa televisivo. <i>(Fonte: EBU ESCORT 2007)</i>		43
Figura 7.1.2		
Operacionalização da classificação de um programa no alinhamento da RTP Internacional. <i>(Fonte: GMediaTx; editado pela autora)</i>		44
Figura 7.1.3		
Tabela Metodológica Final - Aplicação aos Géneros Culturais		47
Figura A.1		
Objetivos dos Serviços de Programas de Âmbito Internacional no anterior e no atual CCSPRT		81
Figura A.2		
Grelha de Classificação dos Programas ERC <i>(Fonte: Manual de Classificação da ERC 2010; editado pela autora)</i>		82
Figura A.3		
Classificação dos Programas RTP por Macrogéneros e Géneros <i>(Fonte: GMediaTx; editada pela autora)</i>		84
Figura A.4		
Classificação dos Programas RTP por Macrogénero, Género, Intenção do Conteúdo e Conteúdo <i>(Fonte: GMediaTx; editada pela autora)</i>		85
Figura A.5		
Grelha de Classificação do Macrogénero Culturais/Conhecimento – ERC <i>(Fonte: Manual de Classificação da ERC 2010; editado pela autora)</i>		86

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 8.1		
Duração e Frequência dos Programas da RTP Internacional 2008-2015		51
Quadro 8.1.1		
Duração dos Macrogéneros da RTP Internacional 2008-2015		53
Quadro 8.1.2		
Duração e Frequência do Idioma de Emissão da RTP Internacional 2008-2015		55
Quadro 8.1.3		
Duração e Frequência da Origem da Emissão da RTP Internacional 2008-2015		57
Quadro 8.1.4		
Duração e Frequência dos Programas da RTP Internacional por canais de Produção/Aquisição 2008-2015		58
Quadro 8.2.1		
Duração e Frequência Total dos géneros culturais RTP Internacional 2008-2015		62
Quadro 8.2.2		
Duração dos Géneros Culturais da RTP Internacional 2008-2015		62
Quadro 8.2.3		
Frequência dos Géneros Culturais da RTP Internacional 2008-2015		63
Quadro 8.2.4		
Duração e Frequência do Macrogénero Cultural da RTP Internacional por Canais de Produção/Aquisição 2008-2015		66
Quadro 8.2.5		
Duração da Intenção do Conteúdo na programação da RTP Internacional 2008-2015		68
Quadro 8.2.6		
Duração e Frequência da Intenção Cultural por Géneros na RTP Internacional 2008-2015		69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 8.1.1		
Duração dos Macrogéneros RTP Internacional 2008-2009		54
Gráfico 8.1.2		
Duração do Idioma de Emissão da RTP Internacional 2008-2015		56
Gráfico 8.1.3		
Duração da Origem da Produção da RTP Internacional 2008-2015		57
Gráfico 8.1.4		
Duração da Produção/Aquisição da RTP Internacional 2008-2015		59
Gráfico 8.2.1		
Incidência do Macrogénero Cultural no total da Emissão da RTP Internacional 2008-2015		61
Gráfico 8.2.2		
Duração dos Géneros Culturais - RTP Internacional 2008-2015		65
Gráfico 8.2.3		
Duração da Produção/Aquisição do Macrogénero Cultural da RTP Internacional 2008 -2015		66
Gráfico 8.2.4		
Duração da Intenção do Conteúdo na programação da RTP Internacional 2008-2015		69

NOTA INTRODUTÓRIA

A ideia de fazer este trabalho surgiu no dia 18 de Agosto de 2013 ao assistir a um episódio de *A Voz do Cidadão*, o primeiro programa preparado e conduzido pelo recém-nomeado Provedor do Telespectador da RTP, Jaime Fernandes, no âmbito das suas competências.

Nomeado como Provedor em Maio de 2013, Jaime Fernandes optou por iniciar o seu *A Voz do Cidadão* com um episódio inteiramente dedicado à RTP Internacional. Ao ouvi-lo, bem como às posições dos seus convidados, a certeza de que seria este o tema da minha dissertação foi imediata.

No mundo global, somos mais de duzentos milhões a falar português e perto de cinco milhões de portugueses a *viver fora de casa*. Somos um povo com características que se querem únicas, uma forte história e uma cultura de valores diversificados que perduram arreigados ao espírito do ser português.

Ainda agora, ao escrever esta nota, recordo que passaram dez dias da vitória de Portugal no Campeonato Europeu de Futebol pela primeira vez na sua história. Um momento em que Portugal assumiu o tamanho de um mundo inteiro pelos nossos que habitam nele. Os discursos mediáticos desses dias assim nos quiseram demonstrar. A RTP Internacional é, nesta era do espetáculo da imagem, em que o sentido de pertença é feito no contacto direto com o ver, o saber, o partilhar, um valioso braço que se estende querendo tocar cada um dos portugueses e cada um dos que falam a nossa língua.

Não é sobre o futebol esta dissertação, mas não resisti evocar esta imagem de um sobrelevar de identidade que acolheu todos os portugueses e todos os povos que partilham do mesmo sentir lusitano pela comunhão da língua.

A RTP Internacional é talvez o mais subestimado serviço de programas da RTP. Que me perdoem a assertividade desta afirmação, mas ao longo deste trabalho foi sendo para mim cada vez mais evidente a necessidade da sua existência, as motivações que conduziram à sua abertura - o projeto que “vestiu” uma espécie de utopia identitária e que se mantém até hoje - e a premência da sua reconstrução.

Por trabalhar na RTP, sei da procura incessante de muitos espetadores por um serviço televisivo que não deixe de continuar a falar-lhes ao coração, ao espírito e à voz. Esta é uma realidade pouco percebida por este público de cá. Por nós. A quem chega a RTP Internacional? E o que leva a quem deseja alcançar? Como se alimenta esse laço indelével?

INTRODUÇÃO

Portugal é *um país de emigrantes*. Esta é uma afirmação recorrente no discurso político e social sobre Portugal como se tal categorização estivesse impressa no ADN da nossa identidade. São muitas as razões para que assim seja. Desde o início do séc. XIX que Portugal atravessa ciclos de emigração profundos que, independentemente das causas, marcaram (e continuam a marcar) de forma contínua os traços da nossa cultura.

Por outro lado, a televisão, enquanto paradigma das sociedades de comunicação de massas não pode ser vista apenas como um veículo do espetáculo da imagem (Débord, 1967; Lipovetsky, 2011). A fragmentação dos públicos e a fragilidade financeira dos operadores de televisão provocam estratégias de captação de audiências que não permitem que a ideia de televisão como cultura se imponha consensualmente não só no interior das ciências sociais como também nas práticas discursivas oriundas dos vários quadrantes da sociedade.

Não é possível pensar na história da televisão sem efetuar um paralelismo com o seu impacto nas teorias da cultura. Neste aspeto, a televisão primordial representava uma cisão com a alta cultura, historicamente ligada ao culto do *intellectus*, ao saber, ao conhecimento instruído, à arte. No estudo dos públicos da cultura, pelo seu profundo choque com demonstrações culturais tidas como verdadeiramente eruditas (Santos, 1988), a televisão sempre foi tendencialmente ignorada, muitas vezes rejeitada, preferindo-se, grosso modo, falar-se não em públicos mas em audiências (Dayan, 2002; Livingstone, 2005). Não sendo sobre a dicotomia público vs audiências que versa a presente dissertação, este breve parêntese pretende apenas citar este outro peso na balança da discussão deste media no panorama cultural social, ou seja, o evidente distanciamento entre públicos da cultura e audiências (públicos de televisão), característica latente daqueles que consideram que televisão não é cultura. Segundo Gilles Lipovetsky (2011) hoje, tudo é cultura mundo. Esta afirmação encontra também eco em Alexandre Melo (2002), Maria de Lourdes Lima dos Santos (1994) e Arjun Appadurai (2004). Os processos de industrialização que marcaram o final do século XIX e principio do século XX, os bens que antes pertenciam à cultura intelectualmente mais legitimada (cultura) podendo ser massivamente reproduzidos e distribuídos e tendo como consequência quase natural a democratização do seu acesso, levou a que muitos acusassem o efeito de um certo empobrecimento ao momento da fruição desses bens.

Para Dominique Wolton, a televisão também é, e fundamentalmente, um objeto de vínculo social (1994, p.140). Wolton, no seu *Elogio ao Grande Público* diz que a televisão tem um carácter contraditório como *“objeto cujo consumo é essencialmente privado ao mesmo tempo que traduz uma atividade coletiva; ela não é só o espelho da sociedade, mas além disso obriga-nos a interessar-nos pelo mundo exterior”* (1994, p. 46). Como laço social, a importância do meio de comunicação que é a televisão poderá ser ainda mais vital quando pensada numa escala internacional global tendo em conta a sua história e a suas motivações atuais.

É com base nestes pressupostos que o estudo da RTP Internacional enquanto canal televisivo dirigido às comunidades portuguesas e aos países de expressão portuguesa, com o objetivo concreto de levar a essas comunidades a divulgação da cultura portuguesa em conjunto com uma política de

reforço da língua, que este trabalho assume a sua importância. Porém, uma vez que a questão da língua não suscita dúvidas, interessa saber se a divulgação da cultura portuguesa é efetivamente realizada e em que medida. É neste foco que o presente trabalho de análise pretende convergir através da seguinte pergunta: em que medida é que a RTP Internacional contribui para o enriquecimento das comunidades emigrantes através dos seus conteúdos culturais?

Esta questão, desde logo, se desdobrou em algumas ramificações contextuais cuja clarificação prévia foi necessária: (i) que tipo de serviço de programas é a RTP Internacional e em que contexto se insere atualmente no mundo?; (ii) a quem se dirige?; (iii) a televisão é cultura? e (iv) o que são programas culturais?

Esta dissertação está estruturada em oito capítulos. O primeiro capítulo aborda a televisão como vínculo social, a relação que é criada entre este meio de comunicação e o público e como este carácter unificador poderá ser ainda mais relevante quando consideramos um canal especialmente criado e dirigido às comunidades emigrantes e a todos os falantes de uma mesma língua. O segundo capítulo efetua a relação do paradigma da televisão com a cultura uma vez que, hoje, paralelamente às predições efetuadas aquando do seu nascimento, muitos são os autores que a acusam de uma excessiva espetacularização da imagem em prejuízo de manifestações culturais mais eruditas, muito por conta da atual condição de acesso e partilha que movimenta todos em torno de uma *rede* ao mesmo tempo global e fragmentada, pressupondo um novo relacionamento com os bens culturais. O terceiro capítulo, e porque o foco deste trabalho é o género cultural como parte da emissão de um canal de serviço público, faz um abordagem segmentada ao conceito de serviço público de televisão, televisão cultural e/ou de qualidade, zonas de prática que, na maioria das vezes, se tocam mas sobre as quais se verifica pouca reflexividade, originando dificuldades acrescidas na tarefa de balizar os conteúdos culturais enquanto género televisivo. Contudo, uma vez que este trabalho visa individualizar a incidência dos conteúdos culturais na emissão da RTP Internacional, foi fundamental compreender, na teoria e na prática, o conceito de género televisivo. O quarto capítulo enquadra a RTP Internacional desde o seu nascimento, contextualizando este serviço de programas no tempo e no espaço da sua génese, as motivações da sua constituição e a formatação legal da sua existência ao longo dos anos. O quinto capítulo destaca e distingue a RTP Internacional no panorama do *broadcast* internacional onde, atualmente, a oferta existente se distingue pela especialização de canais de informação atendendo a um público global e indiferenciado. O sexto capítulo acaba por fechar o olhar teórico sobre a RTP Internacional na medida em que visa alcançar as características do imenso público que este canal chama a si, as comunidades emigrantes e todos aqueles que falam a língua portuguesa. O sétimo capítulo explica de forma concreta a estratégia metodológica adotada na seleção dos programas da emissão da RTP Internacional que fazem parte do género cultural. O oitavo capítulo apresenta os resultados da análise à emissão da RTP Internacional, primeiro na configuração global de todos os géneros emitidos e, em seguida, autonomizando o género cultural. Por fim, a conclusão, súmula muito breve face à extensão do presente trabalho e dos principais resultados da análise quantitativa e qualitativa à emissão da RTP Internacional, relacionando-os com a pesquisa de aprofundamento conceptual que foi efetuada.

ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

É certo que o trabalho de investigação nas ciências sociais é, “*por definição, algo que se procura*” (Quivy, 1992, p. 31), frase que resume bastante bem o meu sentimento na construção desta empreitada.

Por outro lado, é inegável que a minha experiência enquanto profissional da RTP contribuiu largamente para a formação da ideia de levar a cabo este trabalho de investigação. Tentei por isso afastar a promiscuidade de um cunho demasiado pessoal que comportasse alguns preconceitos sobre a existência deste serviço. As minhas leituras prévias sobre os métodos de investigação na área das ciências sociais recordaram-me várias vezes da necessidade de me libertar de tais julgamentos por forma a criar uma condução imparcial for forma a atingir um resultado eficaz. Vários autores referem a necessidade de uma rutura, por via da construção social, de uma certa ilusão de transparência, rompendo com preconceitos e falsas evidências por forma a eliminar obstáculos ilusórios na construção do pensamento científico (Silva, 1986; Quivy 1992; Babbie, 2012). Neste sentido, a organização de um plano que delineasse as etapas da pesquisa foi fundamental na edificação das proposições que tivessem cabimento no real, ou seja, na ligação entre a teoria e o desenrolar da própria pesquisa.

A contextualização no âmbito espaço-temporal deste serviço de programas, em Portugal e no espaço de difusão internacional, foi parte importante da análise pois as qualidades (características) dos programas que este canal emite não têm um significado independente daqueles a quem se dirigem (Oliveira, 2005). Neste sentido, a codificação da presente análise teve em conta a base legal da existência da RTP Internacional, ou seja, a prestação de um serviço público balizada com determinadas intenções para as comunidades portuguesas através da divulgação da língua e da cultura desenvolvendo medidas para construir uma programação própria contribuindo assim para a formação cultural de um público de características únicas. Aqui, o recurso à leitura de várias fontes não bibliográficas, como textos legislativos e relatórios de estudo, foi essencial, não só para traçar uma linha temporal da moldura legal que apoia a existência deste canal mas também para verificar a relevância que lhe vem sendo dado pelos vários governos, desde a sua constituição até aos dias de hoje.

Por outro lado, e uma vez que não existe mediação audiométrica aplicada a este canal, a, uma das poucas fontes que me ajudaram a perceber como reage o público deste canal ao que lhes é oferecido foram os relatórios dos Provedores do Telespectador ao longo dos anos. A sua leitura permitiu-me recolher informações importantes sobre a visão que os portugueses têm sobre a RTP Internacional e embora seja notório que aqueles que contactaram o gabinete do Provedor são portugueses emigrantes, é sempre conveniente recordar que este serviço se destina não só às comunidades portuguesas como a todos os países lusófonos. É oportuno referir que teria sido de grande utilidade ter tido a oportunidade de analisar, para além destes relatórios, todas a base de dados criadas sobre os registos dos contactos que são feitos ao gabinete do Provedor do Telespectador da RTP (essencialmente via e-mail) sobre a emissão da RTP Internacional, mas cedo se concluiu que esta tarefa, de grandes dimensões, mereceria por si só um trabalho de análise autónomo, impossível de conjugar com a dimensão do presente estudo.

Tendo em consideração que o objeto empírico desta investigação é complexo, revelou-se fundamental procurar uma boa a sustentação teórica que suportasse a recolha de dados quantificáveis

e, deste modo a análise de conteúdo revelou-se bastante profícua, permitindo um método de codificação bastante estratificado (Riffe, 2005). O volume das leituras prévias efetuadas, prova das ramificações contextuais que a pergunta de partida originou, centraram-se no campo da análise dos efeitos sociais da televisão com aproximações ao tema da receção e fruição dos públicos da cultura, a importância da lusofonia enquanto conceito continuamente mobilizador, e ao género televisivo cultural enquanto forma de diálogo ativa entre a RTP Internacional e o seu público.

Paralelamente, foi necessário perceber de que forma é efetuada a classificação/catalogação dos programas culturais pela RTP. Há muito que os conteúdos deixaram de ter um desenho rígido na sua formatação e configuração e as várias ferramentas tecnológicas, hoje mais do que nunca, ao dispor da produção e aliadas à crescente necessidade de captar audiências mais exigentes e fragmentadas, não só pelas possibilidades de escolhas que o advento da internet permite, mas também pela evolução e disponibilização tecnológica, possibilitam um grande dinamismo na criação diária das dinâmicas do mundo audiovisual. Todos estes fatores, cúmplices da polissemia do termo *programa cultural*, originam inevitavelmente uma ambiguidade na sua classificação.

Como irei referir no terceiro capítulo, a maioria dos estudos sobre a análise do género televisivo baseiam-se na análise do género literário e, apesar da tendência para que atualmente se utilizem formas de análise mais aplicadas ao género televisivo, a verdade é que, apesar de tudo, foi o desenvolvimento deste método na aplicação a inúmeras outras áreas sociais que o transformaram numa excelente ferramenta para a análise de conteúdo na área dos media. Porém, independentemente da contribuição que o avanço tecnológico trouxe à análise de conteúdo, as dificuldades na recuperação da informação audiovisual necessária, não desapareceram. Para isso contribuem inúmeros fatores intrínsecos ao meio audiovisual, como a profusão de dados diariamente criados e, desde logo, pela natureza heterogénea dos media. Uma das limitações mais evidentes na minha pesquisa foi precisamente o fator humano aplicado à classificação dos programas nos alinhamentos da RTP. A indexação de dados, nesta área, efetuada de forma manual, reveste-se de uma grande subjetividade que necessita igualmente de ser contextualizada aquando a aplicação deste método (Oliveira, 2005). A classificação dos conteúdos por género é efetuada pelos profissionais da RTP de diversas áreas, tanto produtores e programadores como responsáveis pela aquisição de conteúdos e controlo de grelha. Desde logo, esta permeabilização a diferentes entendimentos na operacionalização dos conceitos revelou-se uma primeira barreira na análise pois foi notória a discriminação na classificação dos programas, variando de ano para ano e muitas vezes até no decorrer do próprio ano. No decurso da minha investigação, em alguns momentos vi-me tentada a corrigir uma ou outra catalogação para viabilizar a lógica da análise em função das duas variáveis usadas: número de programas e duração. Considerando que seria algo que ultrapassava as limitrofes deste trabalho, foi tomada a decisão de não o fazer.

Com base no pressuposto de que este canal serve propósitos de construção de um (pre)determinado imaginário cultural, interessou-me autonomizar a frequência (número de programas) e duração (tempo de emissão) dos programas culturais no conjunto dos alinhamentos deste canal ao longo dos anos. A escolha deste período temporal justifica-se à luz de critérios lógicos face às ferramentas de pesquisa disponíveis. A indexação informática dos dados relativos às grelhas de

alinhamento da RTP foi consolidada há relativamente pouco tempo pelo que, para evitar o aproveitamento de dados não completos, foi tomada a decisão consciente de iniciar a investigação quantitativa a partir de 2008.

Finalmente, porque a RTP não tem no seu método de classificação de programas o género cultural, procedendo a classificar os seus conteúdos de formatação/intenção cultural dentro de vários outros géneros, foi premente tomar uma opção metodológica de seleção e reenquadramento de todos os programas num género cultural criado para o efeito. Esta foi, à partida, a grande limitação encontrada à possível eficácia deste trabalho mas creio que o rigor com que esta decisão foi tomada, verificável pelos dados recolhidos e demonstrados, permite-me assegurar a sua inteira legitimidade.

Através da aplicação de todas estas abordagens, acredito que será possível no caso em concreto dos conteúdos culturais da grelha da RTP Internacional, obter uma maior perspetiva não só sobre o formato desses mesmos conteúdos, mas também sobre aquilo que representam. De facto, parafraseando Felisbela Lopes, “O estudo da programação televisiva permite-nos alargar o nosso conhecimento daquilo que tem sido a televisão ao longo do tempo” (Lopes, 2009, p. 13). In fine, o que pretendo é conhecer um pouco mais do que tem sido a emissão da RTP Internacional ao longo do tempo, mais concretamente, no que diz respeito ao espaço que cabe aos programas de género cultural.

1. O VÍNCULO SOCIAL DA TELEVISÃO

Dominique Wolton (1994) afirma que televisão é um dos principais laços sociais da sociedade individual de massas. O espectador, como parte de um público ou de uma audiência, firma precisamente esses laços porque sente que pertence a algo maior que ele próprio enquanto indivíduo tendo a consciência de que não é interlocutor sozinho na recepção da mensagem. Mesmo no recolhimento do seu lar, o indivíduo/espectador tem a certeza que milhares de outros indivíduos/espectadores estarão, ao mesmo tempo, a fruir da mesma obra televisiva. Ainda que não se verifique a partilha física e até intelectual direta que proporciona um público *presente*, hoje mais do que nunca, por força da sociedade em rede, o espectador sente uma ligação invisível com o outro, “*uma espécie de ‘common knowledge’, ligação dupla e cruzada (...) espetacular e silenciosa*” (Wolton, 1994, p. 141), reconhecendo-se como equivalente o efeito da recepção de um programa de televisão por várias pessoas inseridas em contextos sociais e económicos distintos.

Pensar na massa que forma a chamada audiência televisiva como público da cultura é uma das grandes questões na área dos estudos sobre recepção e fruição de públicos da cultura e colocar a questão do lado da produção tem sido, e ainda é, uma matéria controversa. Vários são os autores que rejeitam que a televisão contenha benefícios sociais e culturais. Assim, usando da mesma linha de argumentos que vemos cimentar a distinção feita entre a chamada alta cultura e a cultura de massas, Theodor Adorno (1954), Giovanni Sartori (1997), Pierre Bourdieu (1996) e, mais recentemente, Frédéric Martell (2011) são alguns dos nomes que recusam reconhecer benefícios culturais à televisão. No rol das razões opositoras estão sempre presentes acusações ao excessivo destaque do espetáculo da imagem e, conseqüentemente, do desprezo pela *aura* da cultura¹.

Por outro lado, autores há, que reconhecem na televisão o benefício da democratização do acesso à cultura, como Wolton (1994), ou pelo menos essa capacidade, como Marshall McLuhan (1994) ou Umberto Eco (1990). De facto, para McLuhan a televisão funciona como uma força unificadora até nas camadas da população mais literatas: “*For good or ill, the TV image has exerted a unifying synesthetic force on the sense-life of these intensely literate populations, such as they have lacked for centuries. It is wise to withhold all value judgments when studying these media matters, since their effects are not capable of being isolated*” (1994, p. 315), ou seja, ainda que às massas pertença a televisão esta não tem que necessariamente distinguir o público que a consome.

Por sua vez, Umberto Eco também encontra no fenómeno televisivo a presença de laços sociais entre a veiculação da imagem e o público ainda que construídos com base num sentimento, caracterizado por este autor como ilusório:

¹ Noção idealista da cultura a que se refere Walter Benjamin (1936) em *A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica* na qual analisa os efeitos das técnicas de reprodutibilidade sobre a produção e recepção das obras de arte. A natureza fragmentária das obras superaria assim a sua autenticidade única (*aura*).

“La televisión como “servicio” constituye en cambio un preciso fenómeno psicológico y sociológico: el hecho de que determinadas imágenes sean transmitidas sobre una pantalla de dimensiones reducidas, a determinadas horas del día, para un público que se halla en determinadas condiciones sociológicas y psicológicas, distintas a las del público de cine, no constituye un fenómeno accesorio que nada tenga que ver con una encuesta sobre las posibilidades del medio empleado. Es precisamente esta específica relación la que califica todo el discurso televisivo. (...).Fácil vehículo de falsas sugerencias, la televisión es vista asimismo como estímulo de una falsa participación, de un falso sentido de lo inmediato, de un falso sentido de lo dramático. El público que asiste a una sala de programas de variedades y aplaude a la voz de mando (substituido a menudo por aplausos registrados) parece efectivamente sugerir una socialidad inexistente; la presencia agresiva de rostros que nos hablan en primer plano, en nuestra propia casa, crea la ilusión de una relación de cordialidad que en realidad no existe, y nuestra sensación de diálogo tiene algo de onanístico” (Eco, 1990, pp. 343-356).

Mas na verdade é Wolton quem mais radicalmente defende o laço social da televisão na medida em que mais nenhum outro produto de media se adapta tanto à heterogeneidade que caracteriza a sociedade de massas através da produção de narrativas que empregam significado nos acontecimentos da realidade, uma realidade, atualmente cada vez mais formada por um crescendo de camadas culturais e identitárias distintas (Appadurai, 2004).

Este vínculo social da televisão, criado pela ligação multicultural dos seus conteúdos ao espetador, terá um interesse maior quando observado à luz de um mundo recetor mais lato onde o seu papel sociocultural poderá ter, eventualmente, mais relevo. Deste modo, uma televisão de carácter generalista e cujo público é um potencial de duzentos milhões de indivíduos/espetadores inseridos num plano cultural, social e identitário distinto, logrará contribuir com uma significância social e cultural ainda maior. Falamos no caso concreto da RTP Internacional e dos laços identitários, laços emocionais, que, indelevelmente, se ligam ao indivíduo/espetador - que o é por partilhar a mesma língua ou a mesma experiência.

Nesta matéria, é de destacar Manuel Antunes da Cunha que em 2006 publicou a sua tese de doutoramento sobre a diáspora portuguesa em França e a sua relação com a RTP Internacional ² concluindo que este serviço de programas constitui uma promessa de relação no mundo: *“Symbole de souveraineté et outil d’intégration, RTP Internacional constitue une promesse de relation au monde dont nous sommes évertué de cerner l’internationalité et les manières de dire”* (2006, p. 423).

A afirmação de Esquenazi: *“O(s) público(s) não é uma realidade abstracta. É, são, uma realidade concreta”* (Esquenazi, 2003, *apud* Oliveira 2004, p. 145) revela um dos princípios básicos da comunicação: a mensagem, ou seja, e como refere Cunha (*in* Diogo, 2012, p. 105), *“Parler, c’est s’adresser à quelqu’un”* afirmando que toda a emissão televisiva, ou os textos que transmite, se dirige

² Antunes da Cunha, M. (2006). *Télévision, migrations et enjeux identitaires: l'exemple de RTPi*. La réception d'une chaîne de souveraineté culturelle par les Portugais d'Ile-de-France. Diss. Tese de doutoramento em Ciências da Informação e da comunicação, Paris: Université Panthéon-Assas (Paris II).

a um coletivo, ainda que levemente desenhado, projetando um discurso que constitui uma visão do mundo e um convite à partilha de um imaginário de uma comunidade que interpreta.

A audiência, como medida de análise de receção do público *telespectador*, é criticada por alguns autores, como McLuhan (1994) e Casetti e di Chio (1998), que declinam a sua validade por conta da sua inerente conformação a interesses meramente comerciais referindo por isso a necessidade de se efetuarem estudos qualitativos sobre o público televisivo por forma a eliminar a *perversidade* das audiometrias que tratam o espectador como um dado estatístico. Para estes autores, o importante seria tentar perceber o que o telespectador deseja ver ao invés de como reage ao que as televisões lhes dão a ver e, deste modo, afastar a geolocalização passiva que conforma a posição do espectador.

No entanto, a magia da televisão acaba por ser simples. Oferece uma porta aberta à representação/figuração cultural mundial (e local) em tempo real e permite que várias pessoas, de classes populares e eruditas, ainda que em permanente intercâmbio nas suas posições no mundo, sintam uma sensação de partilha global nunca experimentada. Como já foi aqui referido, a língua, as raízes da identidade cultural, o reflexo do *Eu* num território (ou do território no *Eu*) foi a base da constituição de um serviço de programas televisivo enquanto instrumento de ligação contínua, pensada e manipulada na, e para, a projeção de um público, um coletivo de espectadores (*lusófonos*) que, envolvidos numa relação de fruição das mesmas obras, comunga *in tempore* de uma mesma narrativa e do exercício, comum e ao mesmo tempo individual, da descodificação das suas mensagens, dos seus símbolos ou signos, de uma forma, ao mesmo tempo, racional e emotiva.

No caso da RTP Internacional, em que uma avaliação audiométrica é quase impossível e em levar a cabo uma mediação qualitativa seria uma tarefa de contornos homéricos, resulta muito difícil saber o que pensa (ou o que espera) o público deste serviço de programas.

O que sabemos é de um potencial desse público através do número de pessoas que falam português e a quem se destina toda a cobertura dos satélites e dos contratos de distribuição que a RTP firma e renova com operadores de distribuição de cabo locais em todo o mundo. Estes contratos providenciam-nos números mais concretos que os dados presumidos pela cobertura satélite e, na verdade, atualmente são 10 milhões de lares que subscrevem a RTP Internacional em regime de Pay Tv³. Sabemos também que são duzentos milhões os falantes de português por esse mundo fora. Por fim, sabemos ainda que são mais de dois milhões de emigrantes a quem a emissão da RTP Internacional se dirige, isto se não contarmos com os descendentes de primeira e de segunda geração.

Mas não sabemos o que respondem do outro lado destas janelas.

³ Informação disponibilizada pelos serviços da Distribuição Internacional da RTP.

2. A DIFÍCIL RELAÇÃO DA CULTURA COM A TELEVISÃO

Defende Dominique Kalifa (2001) que “*la culture de masse est une culture de l’image*”. De facto, são muitos os que qualificam a televisão como própria e até definidora da cultura de massas e, neste sentido, a veiculação massiva dos bens culturais veio acabar por fazer precisamente o contrapeso àquelas formas de arte consideradas mais perenes e, portanto, mais elevadas. A resistência em encarar a televisão como um objeto cultural reside também no número de pessoas que por ela são tocadas, logicamente muito superior àquelas que visitam um museu ou assistem a um espetáculo de dança como refere Jesus Martín Barbero (1987), e também por isso, refere este autor que “*en lo masivo hay de presencia de una matriz cultural y de un sensorium que asquea a las élites. (...) La televisión no sería un asunto de cultura, sólo de comunicación*” (1987, p. 238).

Por outro lado, definir cultura é algo, ao mesmo tempo, unificador e separador. Segundo Alexandre Melo (2002, p. 49) “*cultura é sempre a cultura de um lugar e de uma comunidade ligada a um lugar*” e “*cada cultura enquanto cultura de um lugar e de uma comunidade de um lugar tem que se distinguir e manter separada das outras culturas*”. Numa visão um pouco mais panorâmica, Lipovetsky (2011) afirma que hoje, tudo é cultura mundo, uma asserção que vai encontrar também eco em Melo (op. cit.), Santos (1994) e também Appadurai (2004). Hoje, os bens que antes pertenciam à cultura intelectualmente mais legitimada (erudita) são massivamente reproduzidos e distribuídos levando a que muitos acusem o progresso tecnológico das últimas décadas de provocar uma certa banalização e até a perda de uma certa reflexão espiritual (filosófica dirão alguns) no momento da fruição desses bens⁴. Não esqueçamos que a alta cultura, por definição, não estava ao alcance de todos.

Por sua vez, Santos (op. cit.), critica da clássica “*conceção hierárquica e compartimentada da cultura*” que provocou “*frequentes falhas de visibilidade*”, defende a existência de um intercâmbio cultural entre as duas tradições (a alta e a baixa cultura), ainda que, reconhece, de forma desigual, recusando desse modo a muito notória posição de Pierre Bourdieu (1984) segundo o qual a cultura cultivada funcionava como uma forma de domínio entre as várias hierarquias sociais.

Mais recentemente, Mario Vargas Llosa, também bastante crítico da *Civilização do Espetáculo* (2012) defende que a democratização universal da *kultur* (alta cultura) apenas logra o seu empobrecimento e acusa o crescente fetichismo dos bens culturais de provocar a alienação do indivíduo. Já Lipovetsky (op. cit.), na mesma linha de ideias, embora com uma posição ligeiramente mais otimista, prefere focar-se na perda do hermetismo da alta cultura face à cultura popular que, ávida

⁴ Esta posição nasce com o desenvolvimento da cultura de massas aliada ao desenvolvimento industrial que, ao permitir a reprodução *em série* das obras do foro criativo, interferia num sistema social baseado na razão pura do espírito pois provocava a alineação do espetador. Esta oposição às novas possibilidades de consumo recebe uma enorme influência das teorias marxistas que consideravam a instrumentalização das novas formas de comunicação como uma forma de controlo dos leigos pelas forças capitalistas, não conduzindo, assim, a uma autêntica democratização cultural. Neste sentido, o termo “*indústria cultural*” foi cunhado por Horkheimer e Adorno [Escola de Frankfurt (1924)], para designar a transformação do estado da arte em mercadoria efémera na sociedade capitalista industrial, refletindo o que, na teoria dos efeitos, se denomina de modelo hipodérmico, i.e., a televisão como um vício alienante.

de acesso a determinadas arenas culturais, adquire, assume e apropria-se dos denominadores tradicionalmente pertencentes à alta cultura.

Neste sentido, a distinção entre cultura popular, cultura erudita e cultura de massas acaba por ser transversal ao estudo sobre os efeitos da globalização no entrosamento dos diálogos culturais. Será no plano dialogante entre estes dois tipos de cultura, na intermutação de ambas que se afirmou a cultura de massas, estabelecida no progresso dos meios ao dispor da reprodutibilidade e da mercantilização dos bens e do, conseqüente, nascimento do grande público. A cultura de massas é assim o grande (e)feito da reprodutibilidade dos bens e, por conseguinte, também o é da sua democratização.

Esta capacidade tentacular da tecnologia reprodutiva colocada ao serviço da cultura não tem que significar necessariamente a descaracterização homogeneizante dos bens culturais: o dinamismo dos mercados (principalmente no que à arte diz respeito) está hoje condicionado à maior ou menor capacidade distintiva desses mesmos bens e ao qual se alia um outro elemento de segmentação, o gosto, que, para Bourdieu (op. cit.), simboliza o encontro entre um bem e a expectativa do seu consumidor. Assim, no *enjeux* do simbolismo das *zonas de gosto* como chave estratégica da relação produtor/consumidor, a televisão pode ser considerada uma espécie de *milagre* no encontro entre determinados bens culturais e a necessidade de milhões de pessoas para quem o advento do *imediato* acesso à cultura veio preencher uma lacuna, democratizando o seu acesso. Neste sentido, Martín-Barbero é de opinião de que a própria cultura de massas se transformou numa cultura segmentada face à diversidade dos gostos e consumos:

“En los últimos años los medios interpelan y construyen una audiencia que, aunque es masiva por la cantidad de gente a la que se dirige, ya no lo es en relación a la uniformidad y la simultaneidad de los mensajes, lo que obliga a replantear la visión que identifica cultura mediática con homogenización cultural. Ciertamente que hay homogenización en nuestra sociedad pero ella, más que efecto de los medios, es condición de funcionamiento del mercado en general, mientras que los actuales modos de producción cultural de los medios van en la dirección de la fragmentación y especialización de las ofertas y los consumos” (Martín-Barbero, 2004, p. 95).

Já Edgar Morin, citado por M^a. de Lurdes Lima dos Santos no seu Questionamento à volta de três noções, a grande cultura, a cultura popular, a cultura de massas (1988), diz que *“a cultura na nossa sociedade é um sistema simbólico-antagonista de múltiplas culturas, nenhuma delas homogénea”*.

O surgimento da televisão, como instrumento paradigmático da elevação da cultura de massas na modernidade, é um dos exemplos mais proeminentes da rejeição da transculturalidade⁵ e para muitos, continua a não ser de *bom gosto* pensar na televisão como um bem cultural mas, efetivamente,

⁵ Para os percursos da Escola Marxiana, (como o radical Guy Débord), a televisão mais não é que objeto de alienação do pensamento como forma de pacificação do indivíduo face ao capitalismo. A provar a forma como a televisão foi severamente rejeitada pela ala sociológica mais tradicionalista, está a forma como os públicos de televisão foram (e ainda são), por muitos, excluídos da noção de público da cultura.

não se poderá recusar o facto de que este é o veículo mais globalizado na transmissão de bens culturais.

Pode sempre discutir (e discute-se) o (mau) gosto da televisão mas não pode ser negado que é através da televisão que muitas pessoas se podem dar *ao luxo* de falar sobre certas manifestações culturais antes consideradas pertença da alta cultura, como a ópera ou o bailado. Na veiculação da informação, a televisão é o instrumento mais poderoso, e hoje, ao colo da transmissão/distribuição via internet, acredito ser igualmente o maior ponto de contacto entre culturas. Mas a quem se dirigem os programas culturais de televisão? Ao público, denominado passivo recetor, que não frequenta museus ou concertos, ou àquele outro público que nunca antes tinha visto o seu interesse suscitado apesar das múltiplas referências culturais que os media se esforçam por reproduzir? Ou, porque não, talvez o destinatário deste tipo de programas seja o indivíduo mais cultivado que imediatamente estabelece com o título de um programa um estimulado reconhecimento. Sem dúvida que o primeiro propósito da televisão é a captação de audiências e a principal crítica que se faz quando se pensa em televisão é relacioná-la depreciativamente com a cultura de massas e com a alienação do indivíduo face ao poder da imagem. No entanto, Wolton destaca essa contradição latente ao chamar a atenção para o facto de, em diferentes momentos da história, nomeadamente em períodos de guerra. “*o instrumento da alienação torna-se, de repente, instrumento de libertação, o que de resto, ilustra bem a dupla ideologia técnica e política que domina as questões da televisão*” (1994, p. 64). A contradição é que a televisão provou já ser o instrumento mais democrático que existe ao serviço das nações e que aquilo que de facto se receia são as manifestações cabais da evolução tecnológica que ela representa. É neste sentido que a televisão ocupa sempre um lugar de destaque no debate cultural pela sua naturalmente forte influência através da imagem e, por isso mesmo, para alguns dos autores acima citados, a televisão é a grande protagonista do filme da hipermodernidade.

De facto, o *status quo* da televisão é cada vez maior à medida que as ferramentas potenciadas pela internet se tornam cada vez mais rápidas e eficazes, seja na partilha de informação, seja na multiplicação das plataformas disponíveis, seja ainda no aumento da capacidade proactiva dos espetadores. Esta proliferação de novos media deu origem a novos públicos, ou “públicos segmentados” (Oliveira, 2004, p. 149). Assim, hoje, um novo tipo de sujeito social deve entrar forçosamente na construção da tipologia do público televisivo, daquele que é espetador/utilizador, que interage com os produtos e com os outros na mesma esfera pública de receção, maximizando as “*combinações de formatos, linguagens e estéticas nas diversas telas [ecrãs], abre novos cenários que por sua vez facilitam outros modos e papéis de interação comunicativa para suas audiências*” (Orozco apud Mantencón, 2009, p. 182) intensificadas por sua vez por uma cada vez maior, convergência tecnológica. O seu contexto é hoje enquadrado num público mais ativo e participativo, que exige que sejam dados passos contínuos no desenvolvimento dos catálogos da oferta que rompam as barreiras das habituais grelhas fixas (e previsíveis) apresentadas pelos canais lineares.

A televisão conta agora com outras plataformas onde joga com as exigências e gostos de um público mais visível, que discute nas redes sociais, que critica e aplaude, que partilha informação e deseja contagiar outros na divisão do gosto, no engajamento dos textos, mas que também, e sobretudo,

contribui ativamente para uma maior democratização da cultura ao difundir esse gosto e esse engajamento a uma escala global.

Se, como vimos, a ausência de fronteiras da transmissão televisiva muito contribui para aumentar a riqueza das identidades culturais híbridas, a sua ubiquidade atual proporciona formas de contacto cultural que não seriam possíveis há uns anos atrás. Neste sentido, tirar partido direto ou indireto das possibilidades da convergência tecnológica, acaba por alargar a dimensão existente na questão da identidade cultural ao permitir um alargamento do espaço sociológico, pois o laço social do público de televisão que usa a internet tende a ser cada vez mais ativo, à medida que a disponibilização e o domínio das ferramentas de receção e partilha aumentam, provocando uma reversão da passividade que denomina(va) o tradicionalista público de televisão. O primeiro público provoca o segundo a assumir uma atividade social mais intensa, alimentando e alterando a circulação de novas interpretações sobre os produtos culturais (Pasquier, 2004).

Se quisermos, a relação da televisão com a internet pode ter o efeito de reforçar a ideia de cultura de massas ao somar-lhe a capacidade de partilha à escala global. Neste aspeto, esta partilha construtiva implica um novo relacionamento com os bens culturais que rompe, uma vez mais, com as exigências estéticas da burguesia cultural, pois este público (exponenciado na sua dimensão virtual) apropria-se de uma determinada e marcada legitimidade de interpretação onde as fronteiras entre o que é real e o que é ficção tendem a esbater-se com alguma intensidade (Featherstone, 2007).

Por agora, a televisão continua a organizar as suas grelhas muito em função da economia das audiências, dando continuidade a um sistema conservador de monólogo do ponto de vista da produção, necessário por força da publicidade, mas por outro lado, procura enriquecer o diálogo com o seu público aumentando a construção de significados sobre as suas obras, usando da interatividade que cada vez mais domina a relação espetador/produtor.

3. CULTURA E GÉNERO EM TELEVISÃO

3.1. Falamos de televisão cultural?

Sem desejar repetir o que acima foi dito sobre a televisão como media cultural, é relevante referir que ao longo da presente investigação foi necessário entender e separar a (i) televisão enquanto assunto de cultura, (ii) a televisão que presta um serviço público e (iii) os programas culturais por ela emitidos.

Em Portugal, muito se debate o serviço público de televisão quanto à sua forma e quanto à sua missão e a tendência é para não dissociar as práticas discursivas sobre a empresa a quem compete levar a cabo dito serviço e as práticas discursivas sobre o que se considera uma programação de qualidade. Desta forma, uniformizou-se a ideia de que uma televisão (programação) de qualidade é aquela que é feita (ou deveria ser) pelas televisões públicas. De certo modo, contribuem para reforçar essa tendência determinados atos legislativos europeus, como a já referida Diretiva comunitária “Televisão sem Fronteiras” ou a Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual que consagram certas obrigações relativamente às produções nacionais de cada Estado Membro com vista a assegurar a diversidade e a identidade cultural.

Contudo, segundo François Jost (2011), todo o programa pode evidenciar-se como cultural até mesmo pela demarcação que os produtores e difusores podem efetuar consoante o momento histórico e cultural que se vive. Para este autor, estamos assim, hoje, num quarto estágio⁶ da evolução da relação entre televisão e cultura, i.e. um *todo cultural* em que a promoção da televisão, e a promoção à própria televisão enquanto cultura, acaba por levar a que qualquer programa seja categorizado como programa cultural bastando para isso que o mesmo apresente um qualquer elemento discursivo que remeta para cultura. Este é também um efeito do impacto que a pressão da medição audiométrica acaba por ter na conceção política e social da televisão⁷.

Por uma outra perspetiva, é notório que este tipo de conteúdos não é o que mais audiências conquista mas talvez seja esta cristalização da noção de cultura em televisão, correlacionada com a noção de serviço público, que vem desculpabilizando os operadores pela (não) emissão de factos/textos/programas culturais e conseqüentemente origina a criação de nichos de programação de marcada filosofia cultural como é o caso da RTP2 (marcadamente o canal de veiculação de conteúdos

⁶ O primeiro pertence aos anos 60 em que um único operador de televisão desejava, através deste meio, democratizar o acesso aos bens culturais eruditos. O segundo situa-se uma década mais tarde com a abertura do mercado à concorrência que dividiu o público entre aquele que procurava continuar a cultivar o intelecto e o que desejava apenas o entretenimento. Este estágio descolou o conceito de cultura aproximando-o da educação maioritariamente entendido que era o que a televisão pública oferecia. No terceiro estágio, ao mesmo tempo que se recoloca a palavra cultura no campo de pertença de toda a humanidade dá-se um corte ideológico com a televisão espetáculo. A cultura aqui é posicionada no domínio da estética e das indústrias culturais de nicho.

⁷ Cfr. Jost, F. (2011). «Peut-on parler de télévision culturelle?». *Télévision*, (1), 11-24.

alternativos por excelência⁸). Neste caso das televisões de serviço público, concretamente a portuguesa, sujeitas ao cumprimento de mínimos de emissão, o ónus desta inflação abstrata na roupagem dos supostos programas culturais recai também nas figuras legislativas e políticas por elas responsáveis.

Em 2002 e 2011 (no XV e XIX Governo Constitucional) foram criados grupos de trabalho com o objetivo de definir o conceito e conteúdos do serviço público de televisão⁹. A leitura destes documentos providencia-nos pistas para uma possível conceptualização de televisão cultural ou conteúdos culturais. O relatório de 2002 vai até mais longe ao reconhecer que a associação contínua entre televisão e entretenimento frustra a capacidade que este meio tem em formar e informar com profundidade: *“dado que existe uma predisposição do indivíduo para satisfazer a sua curiosidade, pode considerar-se que a eventual baixa audiência de programas considerados de interesse formativo ou informativo se deve menos aos espectadores do que aos próprios programas”* (p. 36) e acaba por tecer considerações bastante interessantes sobre programação erudita, algumas das quais merecem a citação:

“O Serviço Público de Televisão deve prestar atenção à chamada programação erudita e deve ao mesmo tempo procurar que não se alienem amplas camadas de espectadores. (...) É recomendável que o Serviço Público de Televisão envie esforços para gravar e efectivamente apresentar recitais, concertos, ópera, bailado e outros espectáculos, nacionais ou apresentados em palcos nacionais, dessa forma enriquecendo a sua programação e o seu arquivo histórico” (p. 45).

O relatório de 2011, que foi elaborado com base nas táticas reformistas das políticas públicas para a Comunicação Social que marcaram os primeiros anos do XIX Governo Constitucional, focou-se mais em produzir recomendações para a redefinição de serviço público de televisão e, no que diz respeito aos conteúdos, considera:

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

⁸ Cfr. Cláusula 10ª dos Contratos de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão de 2008 e de 2015.

⁹ Cfr. Relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão de Setembro de 2002 e Relatório do Grupo de Trabalho para a definição do conceito de serviço público de comunicação social de 14 de Setembro de 2011.

dos seus potenciais receptores e ser aceite como tendo interesse público mesmo pelos que não adiram” (p. 13).

Em 2003, as televisões generalistas portuguesas assinaram um protocolo com o objetivo de promoverem a partilha de experiência e conteúdos¹⁰. Através deste documento, acordaram os operadores que, por programação cultural, se deve entender: “*a apresentação, debate e divulgação das áreas artísticas, a saber, literatura, cinema, teatro, dança, pintura, arquitectura, música, artes plásticas, produção audiovisual e design, bem como do património, história, costumes e outras expressões de identidade cultural do país*”.

A propósito de televisão cultural, em 2014 foi realizada uma conferência internacional organizada pelo Media Images and Sounds Study Center (CEISME) e pela Universidade Sorbonne Nouvelle, Paris, com o apoio do Laboratoire d'Excellence ICCA (Laboratory of Excellence for Cultural Industry and Artistic Creations) e da Inathèque de France e de cujo comité organizador fazia parte também François Jost, sob o mote: *What is Quality Television?* No texto de apresentação da conferência¹¹, é precisamente mencionada a correlação que deve existir entre serviço público e televisão de qualidade através de indicadores de avaliação qualitativa:

“When it comes to television, we talk a lot about the audience, as if quantification was the only measurement unit for programs. However, public satisfaction is not correlated numerical results. TV channels know this and, since 1975, the French public service is trying to develop “indicators” of quality. The question of evaluation has thus returned to all areas. It has been revived by the recent developments of formats - both in the United States, where the success of TV series has led to the concept of “Quality TV”, as well as in South America and Europe, as the 2011 Obitel study on “calidad de la ficción televisiva” has demonstrated. Moreover, public service reforms in France and Portugal have engendered a whole new body of thought”.

No mesmo texto, são sugeridos tópicos de discussão dos quais faço refletir aqui alguns, acreditando que são este tipo de questões, e essencialmente a procura das suas respostas, que mais contributo darão a uma redefinição do conceito televisão cultural e/ou programação cultural:

- qualidade e tipo de programa: como definir qualidade em relação ao género? Como definir qualidade no entretenimento *light*? Os critérios usados pela crítica convergem com o dos espetadores?
- qualidade e público: em alguns países parece que a qualidade é avaliada pelo público que é alcançado por um determinado operador ou programa. Como determinar uma ligação entre qualidade e estatuto social?

¹⁰ Este Protocolo também prevê que a SIC e a TVI disponibilizem conteúdos próprios e/ou informativos para a RTP Internacional com o objetivo de a enriquecerem com conteúdos oriundos das televisões privadas.

¹¹ Disponível em <http://cstonline.tv/cfp-quality-tv>.

- qualidade, programação, operadores de televisão: a conceção de qualidade está nos programas ou na programação?
- qualidade e televisão cultural: podemos imaginar que alguns programas do passado façam parte de um catálogo com as mesmas diretrizes que existem, por exemplo, para o cinema?

Como foi referido, muito se tem debatido nos últimos anos sobre a amplitude dos princípios que deverão constituir o serviço público de televisão e a (não) concretização da sua missão tem encontrado muitas questões de forma e conteúdo (Lopes, 1997; Torres, 2011).

Pelo exposto, associada ao conceito de serviço público em televisão está a imperatividade de que lhe seja inerente uma programação de qualidade não servindo tanto à discussão os argumentos sobre audiências, as quais é certo, tendem a pender para o lado da televisão comercial, menos limitada ao cumprimento de determinadas obrigações específicas, sendo de maior vantagem o uso de ferramentas que visassem dar resposta a questões mais reflexivas sobre a forma e a estrutura de uma televisão cultural ou, se se quiser, de uma televisão de serviço público.

3.2. Falamos de Género Cultural?

Certamente, ao falar-se em género cultural, intuitivamente, cada um de nós forma uma ideia sobre aquilo que representa mas, em princípio, resulta muito mais difícil conseguir alcançar a sua definição. O problema não está só a junção dos termos cultural + género mas sim na definição do próprio conceito *género*. Segundo Daniel Chandler (1997), em última análise, género é uma conceção mais abstrata do que empírica sobre determinada realidade: *“There are no undisputed ‘maps’ of the system of genres within any medium (though literature may perhaps lay some claim to a loose consensus). Furthermore, there is often considerable theoretical disagreement about the definition of specific genres. ‘A genre is ultimately an abstract conception rather than something that exists empirically in the world,’ notes Jane Feuer (1992, 144)”* (1997, p. 1).

As teorias de estudo do género são na sua maioria derivativas dos estudos sobre o texto escrito, o que, como sugere Jason Mittell (2001), acaba por se tornar numa armadilha académica quando presuntivamente aplicada aos demais media, nomeadamente à televisão porque há que ter em consideração fatores muito específicos, como a própria indústria e o formato cultural por trás da conceção de cada programa:

“In particular, the central questions motivating many media scholars today how do television programs fit into historically specific systems of cultural power and politics appear distant from those that typify genre theory. Thus, a return to genre theory might imply theoretical backtracking, either to structuralism, aesthetics, or ritual theories, all of which take a back seat to current cultural studies paradigms within television studies. Even the most comprehensive discussion of television genre theory, Jane Feuer’s essay in Channels of Discourse, ultimately concludes that genre analysis does not work as well as a paradigm

for television as it has for film or literature” (Mittell, 2001, p. 4).

As aproximações mais tradicionalistas ao estudo dos géneros, referenciadas por Mittell (2001), baseiam-se (i) na definição de género mediante a identificação dos elementos core que constituem um determinado género através de uma análise textual por forma a delimitar os mecanismos formais da sua essência; (ii) na interpretação dos significados textuais que constituem a essência de um determinado género emergindo uma série de paradigmas de análise (ideológica, social, psicológica, etc.) e (iii) no uso da perspectiva histórica sobre a dinâmica evolutiva dos géneros. Na opinião deste autor, nenhuma destas três é suficientemente adequada ao estudo do género televisivo propondo assim uma quarta via de abordagem inspirada na visão de Michel Foucault sobre a teoria do discurso, defendendo assim que é mais útil perceber os géneros como práticas discursivas que melhor entendimento darão sobre os media e da sua visão sobre o mundo através dos seus contextos de produção e receção:

“Genre definitions are always partial and contingent, emerging out of specific cultural relations, rather than abstract textual ideals. We need to examine how genres operate as conceptual frameworks, situating media texts within larger contexts of understanding. The goal of studying media genres is not to make broad assertions about the genre as a whole but to understand how genres work within specific instances and how they fit into larger systems of cultural power. This new approach can better our understanding of how media are imbricated within their contexts of production and reception and how media work to constitute our vision of the world” (Mittell, 2001, p. 16).

Entre a televisão e o público cria-se um vínculo que é concretizado mediante os géneros (textos) que por ela são comunicados. Para Hall (1980) no seu célebre texto sobre a perceção do discurso televisivo, cultura dizia respeito à produção e receção de significados do discurso que o iria transformar em prática social. Neste sentido, a audiência não tem um papel meramente passivo de receção. Ao invés, faz parte do próprio processo comunicativo na medida em que a descodificação do sentido produzido pela televisão - dado através dos seus géneros - é efetuada segundo a experiência individual de cada espectador (Morley, 1999). Só neste quadro de dinamismo comunicativo em que o público participa na descodificação do sentido do género é que o processo comunicativo se pode produzir de forma completa, refere:

“The consumption or reception of the television message is thus also itself a 'moment' of the production process in its larger sense, though the latter is 'predominant' because it is the 'point of departure for the realization' of the message. Production and reception of the television message are not, therefore, identical, but they are related: they are differentiated moments within the totality formed by the social relations of the communicative process as a whole” (Hall, 1980, p. 92)¹².

¹² Cfr. o desenvolvimento das conceções semiológicas formuladas por Umberto Eco (1964) em *Apocalípticos e Integrados* e Roland Barthes (1972) em *Mitologias*.

Numa tentativa de escape à análise textual aplicada ao género televisivo, alguns académicos como Martín-Barbero (1987) ou Mittell (2001) têm escrito sobre o estudo do género televisivo do ponto de vista da mediação e em cujas bases de construção vamos encontrar a teoria da descodificação de Hall mas também influências da famosa teoria da interpretação semiótica desenvolvida por Umberto Eco sobre o funcionamento do texto na relação emissor/recetor através das estratégias e da sua função¹³, o qual vai necessariamente influenciar a sua receção. O género televisivo será assim uma forma de interação entre o público televisivo e um programa, em relação ao tema desse programa e ainda, em relação ao sentido desse programa - apreendido pelo público a que se destina.

Em Portugal, o trabalho académico sobre género em comunicação tende a ser desenvolvido em torno das teorias de receção aplicadas ao texto escrito chamando muito frequentemente as teorias de Hall e Eco, sendo bastante mais difícil encontrar teses feitas com base no estudo do género televisivo em si mesmo¹⁴. No entanto, apesar de o texto poder ser categorizado por géneros, a análise textual não pode ser aplicada *in totum* aos géneros de media na medida em que eles operam a uma escala categórica no seu todo, pelo que a prática de análise textual deve ser separada da análise de género como uma categoria cultural: *“Thus, genres are not intrinsic to texts; they are constituted by the processes that some scholars have labeled “external” elements, such as industrial and audience practices. But we cannot simply replace an intrinsic textual approach to genre with an extrinsic contextual theory. The dualities between text and context, internal and external, are artificial and arbitrary.* (Mittell, 2001, p. 7).

De um ponto de vista puramente analítico-prático, evidencia a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)¹⁵, que a operacionalização do conceito ‘género televisivo’ comporta dificuldades pelas suas perspetivas multidimensionais. Esse aspeto multidimensional é colocado também em relevo pela European Broadcast Union (EBU) no seu *System of Classification of Radio and Television Programmes* destinado a apresentar um método de classificação que permita aos operadores de rádio e televisão a criação de uma base de dados confiável e de aplicação generalizada nas suas diferentes áreas internas facilitando-se, dessa forma, a troca de relatórios entre os diversos operadores (EBU-TECH 3322, ESCORT 2007, Outubro de 2007).

Dentro do estudo dos géneros, a ERC parece seguir a teoria tradicionalista da delimitação dos conceitos base de função e de forma através da identificação dos elementos core de um determinado formato¹⁶, ou como refere Robert Allen *apud* Chandler (1997, p. 1), através da aplicação de um sistema

¹³ O conceito texto aqui deve ser entendido na perspetiva escrita ou literária.

¹⁴ Por contraste, a academia das ciências sociais brasileira mostra-se bastante mais proficiente no estudo do género televisivo e nas possíveis vias de abordagem. *Cfr.* Gomes (2002 e 2011); de Macedo, D. G., & Baccega, M. A. (2012).

¹⁵ Criada pela Lei 53/2005, de 8 de Novembro, entrou em funções com a tomada de posse do Conselho Regulador a 17 de Fevereiro de 2006. Tem como principais atribuições e competências a regulação e supervisão dos meios de comunicação social.

¹⁶ No Manual de Classificação de géneros televisivos utilizado pela ERC, encontramos a seguinte abordagem ao género televisivo: *“Qualquer grelha de classificação de programas televisivos parte como conceito central da noção de género televisivo, a qual remete para os diferentes tipos de programas que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de*

nominativo e tipológico na função usando o método da categorização tal como um biólogo o usaria para categorizar diferentes tipos de plantas.

De todo o modo, não é minha intenção fazer juízos de valor sobre a profundidade da definição de género televisivo que sustenta o sistema de classificação usada pela ERC pois, como opina Chandler (1997) esta área de estudo é um verdadeiro *terreno minado*, não só pelo uso excessivo da análise textual como pelo próprio hibridismo dos géneros televisivos atuais. Mais, sendo tão escassa e problemática a análise do género televisivo enquanto campo de estudo autónomo, considero bastante útil a existência de sistemas de organização de ideias uma vez que esses sistemas nos garantem uma leitura do quotidiano permitindo que se façam inferências futuras sobre a sociedade Bakhtin (1979). Contudo, não deixa de ser necessária tentar obter uma perspectiva sobre o que é o género cultural em televisão na medida em que ele é a expressão do diálogo entre o que deseja o programador e o que percebe o público. Como conclui Martín-Barbero (1987, p. 238), é através dos seus géneros que a dinâmica cultural da televisão atua pois, na cultura de massas, a regra estética é aquela que melhor se adequa ao género como unidade mínima do conteúdo própria deste tipo de comunicação e de cuja percepção é feito o acesso ao sentido latente aos “textos” de massas.

Na definição da natureza de uma emissão cultural, estou convicta de que, mais do que retomar os argumentos sobre esta difícil relação, é necessário aprofundar o estudo do género televisivo enquanto momento de encontro entre a televisão (ou se quisermos, a filosofia da sua programação) e o seu público. Como referi, acredito que existe em Portugal uma cristalização deste conceito trabalhada sobre as égides políticas, e até legais, que têm convencionado o *framework* do que deve constituir uma programação cultural, o que acaba por impedir a formulação de questões sobre a forma como os polos de uma programação televisiva se relacionam ou se, do ponto de vista do público, este entende (descodifica) o sentido dos conteúdos emitidos tal como é intencionado no momento da produção/emissão.

No caso da RTP Internacional, esta necessidade parece-me mais premente no sentido em que não é possível medir a sua receção e, como tal, a leitura qualitativa verifica-se ainda mais importante. Caso contrário, o processo comunicativo iniciado na missão cultural deste canal peca por unilateralidade e, nesse sentido, não se pode afirmar que o processo comunicativo é concluído como esperado ou como desejado.

É com esta consciência inquieta que me proponho a analisar, do ponto de vista quantitativo, a emissão da RTP Internacional e em concreto a incidência dos géneros culturais, utilizando para isso as referências do sistema de classificação seguido pela RTP e as do enquadramento permitido pelas ferramentas de análise veiculadas pela EBU e pela ERC, as quais, em rigor, no caso da RTP e da ERC, acabam por instrumentalizar as mesmas noções que são vertidas pelas genealogias discursivas dos atores políticos, sociais e legislativos sobre a qualidade da programação no serviço público¹⁷.

um canal de televisão e que espelham uma intencionalidade do operador no relacionamento com os diferentes tipos de públicos que pretende atingir” (ERC, 2010, p. 27).

¹⁷ Jason Mittell refere-se a estas formações discursivas como *discursive genealogies* que usam tanto a abordagem da definição do género como a da sua interpretação. Este autor defende o uso da teoria foucaultiana sobre a análise do discurso “*emphasizing breadth over depth and collecting as many*

4. A RTP INTERNACIONAL

A RTP Internacional nasceu a 10 de Junho de 1992, Dia de Camões, de Portugal e das Comunidades Portuguesas, com o objetivo de chegar a todas comunidades lusófonas espalhadas pelo mundo. Assumiu-se como o “*primeiro canal global em língua portuguesa, vocacionado para os 200 milhões de falantes do português*” (RTP, 2005) e começou por emitir por 6 horas para a Europa, África e Médio Oriente. Em 1996, a RTP Internacional já havia assegurado uma cobertura mundial.

Na génese da RTP Internacional, além do contexto europeu onde o desenvolvimento dos satélites e a desregulamentação da distribuição desbravou caminhos à implementação de centenas de operadores internacionais, é também necessário atender outras circunstâncias conjunturais como a entrada de Portugal na CEE em 1986 que veio acentuar a necessidade de dar corpo a uma política de reforço do posicionamento do país na arena estadista internacional, dando origem à criação de meios de comunicação especialmente pensados para fortalecer a lusofonia (Sousa, 2001; Moreira, 2010). Importante foi também o momento da abertura do espaço hertziano português aos operadores privados e à conseqüente agitação no mercado interno das comunicações, tendo sido, no seguimento, atribuídas licenças de televisão a dois operadores privados, a SIC a 6 de Outubro de 1992 e a TVI a 20 de Fevereiro de 1993¹⁸. A SIC Internacional iniciou as suas emissões em 15 de Setembro de 1997, com o objetivo de chegar às comunidades portuguesa espalhadas pelo mundo bem como aos Países de Língua Oficial Portuguesa e, através de uma cobertura via satélite e cabo, a sua emissão chega a alguns países da Europa, América, África e Oceânia. Por seu turno, a TVI Internacional iniciou as suas transmissões a 30 de Maio de 2010 com objetivos similares. A sua cobertura é feita via satélite e cabo atingindo igualmente alguns países daqueles continentes¹⁹.

A consciência da importância da lusofonia na afirmação do Portugal no plano externo e a instrumentalização de um canal televisivo ao seu serviço, traduz-se nas palavras de Marques Mendes, responsável pela tutela da Comunicação social entre 1987 e 1995 (XI e XII Governos Constitucionais de Cavaco Silva), a propósito do nascimento deste novo serviço de programas, a RTP Internacional: “*em Portugal pode-se até não ter ideia da importância da RTPi, mas é um projecto importantíssimo do ponto de vista da afirmação nacional. É onde a lusofonia passou dos discursos à acção*” (in Público, 1995, p. 31).

Já no arranque da televisão em Portugal, e mais concretamente no primeiro texto legislativo sobre a televisão portuguesa de 1955, se verifica a intenção do Estado Português em atribuir à concessionária a faculdade de ampliar o serviço público de televisão “*a quaisquer regiões do*

discursive instances surrounding a given instance of generic process as we can. By viewing the surfaces of discursive genre clusters, large-scale patterns and meanings will emerge, but we should resist plugging these findings into old systems of macro-structures or interpretive generalizations” (2001, p. 17).

¹⁸ Ratificado pela revisão constitucional de 1989 e pela Lei da Televisão de 1996 (Lei n.º 31-A/98, de 14 de Julho).

¹⁹ Rogério Santos caracteriza esta época de desregulamentação como fulcral na mudança do paradigma das audiências enquanto premissa do financiamento que provem da publicidade (Santos, 2007, *apud* Sobral, 2012).

*continente, ilhas adjacentes e províncias ultramarinas*²⁰. O desejo de que o serviço público de televisão fosse *transnacional* estava já impresso nos ideais que alicerçaram a primeira concessão ao tempo em que, na Europa, apenas a Deutsche Welle transmitia internacionalmente. Ainda assim, a RTP Internacional demorou a iniciar as suas emissões 37 anos face à manifestação destas primeiras intenções.

A sua constituição não pode, no entanto, ser analisada separadamente do serviço onde se insere. As suas finalidades expressam-se no quadro social e legal internacional ao qual Portugal se encontra vinculado seguindo assim o modelo tradicional do Serviço Público Europeu²¹.

A RTP Internacional apresenta como missão, a “*defesa, promoção e partilha dos valores culturais portugueses*” através de conteúdos que exprimam essa pluralidade de ideias, sendo um espaço de troca e partilha de experiências entre as pessoas a que se destina. Juntamente com o outro canal de RTP de âmbito internacional, a RTP África, a prioridade da RTP Internacional é “*chegar a um universo cada vez mais alargado de forma a preservar a língua enquanto factor de união entre as comunidades da lusofonia*” (RTP, 2005). É notório que a RTP assumiu para a RTP Internacional uma clara e intencionada missão territorial de dimensão linguística e ideológica fazendo assim a passagem do plano mitológico dos discursos sobre lusofonia para o plano operacional e prático das instituições, como referem Martins (2004) e também Sousa (2006).

Neste sentido, em 2008 foi oficialmente aprovada uma estratégia de reconhecimento e promoção da língua Portuguesa através da Resolução do Conselho de Ministros n.º 188²², a qual determina, em concreto, que:

“no quadro do disposto nos contratos de concessão do serviço público de rádio e televisão, importará reforçar o desenvolvimento dos canais internacionais (RTP Internacional, RTP África, RDP Internacional e RDP África), em particular no tocante ao cumprimento das suas missões como plataformas de difusão mundial da língua portuguesa e de informação e criação em língua oficial portuguesa, projectando um olhar português sobre o mundo,

²⁰ Decreto-lei nº 40 341 (Diário do Governo - I série n.º 226 de 18 de Outubro de 1955).

²¹ Cfr. Tratado de Amesterdão, de 10 de Novembro de 1997, cujo Protocolo anexo salienta que a “radiodifusão de serviço público nos Estados-Membros se encontra diretamente associada às necessidades de natureza democrática, social e cultural de cada sociedade, bem como à necessidade de preservar o pluralismo nos meios de comunicação social” e que “as disposições do Tratado que institui a Comunidade Europeia não prejudicam o poder de os Estados-Membros proverem ao financiamento do serviço público de radiodifusão, na medida em que esse financiamento seja concedido aos organismos de radiodifusão para efeitos do cumprimento da missão de serviço público, tal como tenha sido confiada, definida e organizada por cada um dos Estados-Membros, e na medida em que esse financiamento não afete as condições das trocas comerciais, nem a concorrência na Comunidade de forma que contrarie o interesse comum, devendo ser tida em conta a realização da missão desse serviço público”.

²² Cfr. Resolução do Conselho de Ministros n.º 188/2008 quanto ao desenvolvimento de estratégias de difusão da língua portuguesa como fator estratégico no plano político e de ação externa do estado português no quadro das dinâmicas da globalização incluindo os canais internacionais do serviço público de televisão.

favorecendo a cooperação entre os países de língua oficial portuguesa e promovendo a ligação às comunidades portuguesas residentes no estrangeiro”.

O desenvolvimento dos canais internacionais do serviço público de televisão como instrumento de difusão da língua portuguesa na estratégia do plano político e de ação externa do estado português no quadro das dinâmicas da globalização é bastante evidenciado, direta ou indiretamente, em diversos diplomas legais. A atual Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido refere que cabe aos serviços de programas de âmbito internacional, RTP África e RTP Internacional, a prossecução de *“objetivos próprios tendo em conta os interesses nacionais no que respeita à ligação às comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo ou à cooperação com os países de língua portuguesa”*²³. Ao contrário do primeiro e segundo serviço de programas da RTP, que possuem obrigações específicas de programação visando o cumprimento das premissas essenciais e legais à sua constituição²⁴, a RTP Internacional não possui critérios equivalentes quanto à sua programação, pelo que, as únicas linhas orientadoras são as que encontramos descritas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido e também no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão.

É importante sublinhar ainda, que nos planos de governo, independentemente do partido político que o conforma, a RTP Internacional é destacada como prioritária *vis-a-vis* o papel fundamental para a projeção da imagem do país no mundo. O relevo dado pelos X e XI Governos de Cavaco Silva, e pelo que lhe sucedeu (XII Governo Constitucional de António Guterres), materializou-se igualmente na atenção que este novo canal vai merecer no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão de 1993²⁵, com a cláusula 6.ª n.º1 sob a epígrafe *Emissões Internacionais da Concessionária*, ao obrigar a RTP à *“produção e emissão de programas para as comunidades portuguesas no estrangeiro e para os países africanos de oficial portuguesa, visando a preservação e a divulgação da cultura e a língua portuguesas”*.

Posteriormente, no contrato de concessão de 1996²⁶, a sua cláusula 11.ª diz que a RTP tem a obrigação de *“produção e difusão diária de programas que preencham as emissões dirigidas às comunidades portuguesa, visando a preservação e divulgação da cultura e da língua portuguesa”* sendo previsto também a criação de Conselhos Consultivos que deverão acompanhar estas emissões (Costa, 1997).

Mais tarde, o Contrato de Concessão celebrado em 22 de Setembro de 2003, os objetivos designados para este canal, tornou-se bastante mais genérico em todos os aspetos, referindo apenas que um dos objetivos da Concessionária seria *“contribuir através das suas emissões internacionais, para a caracterização da identidade nacional e dos seus valores culturais, para a difusão da língua e o*

²³ Art.º 55º n.º 1 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

²⁴ Nos termos dos art.º n.º 5º e 55º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido e das Cláusulas 9ª e 10ª do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão assinado a 6 de Março de 2015.

²⁵ Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, S.A. em 17 de Março de 1993.

²⁶ Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, S.A. em 31 de Dezembro de 1996.

alargamento da solidariedade e cooperação com todos os povos da comunidade lusófona” (cláusula 6ª).

No Contrato de Concessão assinado a 25 de Março de 2008, a cláusula 11.ª, repete os mesmos objetivos mas prevê, como novidade, a inclusão de obrigações mínimas de programação. Este contrato é, desde 1993, o que mais longe vai na responsabilização deste canal como instrumento ao serviço de uma missão específica indo ao encontro das reiteradas intenções de reforço deste serviço, presentes em quase todos os programas de governo que foram analisados e na maioria dos planos estratégicos das várias administrações da concessionária.

A 6 de Março de 2015 foi assinado um novo Contrato de Concessão entre o Estado Português e a Concessionária e da sua análise resulta um aparente recuo quanto à definição dos mínimos anteriormente estabelecidos. A figura 1 do Anexo (Fig.A.1) mostra que, por comparação, a redação que foi dada à cláusula que regula a emissão da RTP Internacional deixa cair a estipulação de objetivos mínimos de programação previstos na Cl.ª 11.ª n.º 6 do anterior Contrato. De facto, à semelhança dos contratos de 1993, 1996 e 2003, a RTP Internacional aparece novamente despojada de obrigações específicas para voltar a reassumir um papel genérico de promoção dos valores nacionais.

Novamente, verificamos a insistência em dois pontos-chave inerentes a esta missão: a preservação e divulgação da língua e da cultura e a continuação de uma política de cooperação com os países lusófonos. Contudo, é relevante sublinhar que não resulta claro, da leitura desta cláusula, ao contrário do anterior Contrato, a previsão de que a RTP internacional não só deva emitir como também produzir programas para as comunidades portuguesas no estrangeiro e para os países de expressão oficial portuguesa. É, no meu entender, uma lacuna na estratégia da RTP Internacional, pois, como veremos, é reduzida a aposta em conteúdos de produção própria especialmente vocacionados para as muitas comunidades portuguesas, (elas mesmo com diferenças geopolíticas acentuadas), e também na visibilidade que deveria ser dada às comunidades portuguesas a partir do interior de si mesmas através da promoção de produções localizadas por forma a fazer emergir as suas heranças culturais, patrimoniais e identitárias inseridas em paisagens de diversos imaginários pois, como refere Rui Cádima a propósito da globalização dos media e os seus efeitos na uniformização dos conteúdos,

“ganha todo o sentido a questão da declinação da programação para determinadas comunidades com características diferenciadas e a necessidade de ouvir estas mesmas comunidades e de produzir, em consequência, programas localmente. Dessa forma se evitaria a tendência para o discurso oficial, de certa forma hegemónico, para a massa «global», e não diferenciado como é competência designadamente das televisões públicas nas suas emissões internacionais” (Cádima, 2010, p. 94).

Em momento de crise económica e financeira, a qual pressiona as políticas governamentais a limitarem os planos orçamentais das empresas, o papel da Rádio e Televisão de Portugal enquanto concessionária do serviço público de Televisão foi, mais acentuadamente nos últimos seis anos, alvo

de um grande escrutínio, sofrendo também um corte orçamental profundo²⁷. Por várias vezes a pertinência da sua missão se viu posta em causa com defensores e detratores a gladiarem-se entre argumentos, relatórios e colunas de opinião. Neste cenário de alguma visibilidade negativa que caiu sobre a RTP, centrar o olhar no serviço de programas que, não estando sujeito ao exame das audiometrias, tem no âmago constituinte da sua missão global, (e nesse sentido, quiçá) a prestação de um verdadeiro serviço público, poderá ajudar a recolocar questões decisivas para o futuro da RTP Internacional.

²⁷ Em 2014 a RTP perdeu o direito a receber indemnizações compensatórias anuais do Estado passando o seu rendimento público a porvir única e exclusivamente da Contribuição Audiovisual (CAV).

5. O PANORAMA DA RTP INTERNACIONAL NO BROADCAST INTERNACIONAL

Do ponto de vista estratégico, as emissões televisivas internacionais ganharam relevância no início dos anos 90, no final da Guerra Fria. Apesar de ter sido a BBC a primeira estação a considerar efetivamente lançar um canal satélite de notícias e informação já em 1976, sem sucesso, foi a CNN a primeira estação a fazê-lo em 1985.

Foi, no entanto, o desenvolvimento da distribuição por satélite no final dos anos 70/80 o grande *break-through* dos operadores de televisão que desejavam levar as suas emissões além-fronteiras na conquista de novos públicos. Efetivamente, a capacidade de emitir dentro de um panorama extraterritorial proporcionada pelo desenvolvimento da tecnologia satélite permitiu o surgimento de alguns dos canais mais inovadores das últimas décadas em todo o mundo.

Na Europa, não só as televisões locais de serviço público, tradicionalmente mais fortes, viram também uma oportunidade para se reafirmarem, como, ao mesmo tempo, foram confrontadas com a ameaça emergente da chegada dos operadores de televisão privados, de tal modo que, em meados dos anos 90, a Europa havia sido *invadida* por uma profusão de operadores americanos. Sistemas mais inovadores de distribuição como o DTH (Direct-To-Home) ou a distribuição por cabo digital, mas essencialmente a desregulamentação europeia dessas transmissões com a aprovação da inovadora Diretiva Televisão Sem Fronteiras em 1991²⁸, ao apresentarem-se como uma alternativa ao acesso satélite tradicional e ao aumentar a capacidade de penetração das televisões em países terceiros por via da rápida proliferação de distribuidores ansiosos por apresentar um catálogo repleto de canais exóticos (Bustamante, 2003) apenas aumentaram a tónica na faceta financeira da atividade televisiva e à qual, também o serviço público, se teve que adaptar²⁹.

Porém, o desenvolvimento da rede satélite ao serviço da distribuição televisiva revelou-se uma oportunidade fracassada para muitos dos recém-criados operadores que não aguentaram as dificuldades inerentes ao custo dessa mesma rede e à necessidade de aumentar a sua oferta em termos de programação, não conseguindo, desse modo, captar as tão desejadas audiências pan-nacionais.

Na verdade, como refere Jean K. Chalaby em *Transnational Worldwide Towards a New Media Order* (2005), para a maioria das televisões o único modelo de negócio existente consistia em transferir o sinal de emissão local para o espaço internacional sem que fosse dada a devida atenção ao desenvolvimento da programação tendo em consideração que o público passava a ser constituído por muitas e diferentes culturas. Logo, apesar da abertura do território mundial às emissões televisivas, o facto é que, no início dos anos 90, na Europa, a indústria televisiva de âmbito internacional parecia estar condenada: “*Cross-border channels lacked an audience, did not attract nearly enough advertising*

²⁸ Directiva 89/552/CEE do Conselho, de 3 de Outubro de 1989, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas ao exercício de atividades de radiodifusão televisiva, veio estabelecer o princípio segundo o qual os Estados-Membros deverão assegurar a liberdade de receção e não colocar entraves à retransmissão no seu território de emissões de programas audiovisuais provenientes de outros Estados-Membros.

²⁹ A distribuição por cabo trouxe também a vantagem de permitir o desenho de um número efetivo de público ao permitir a contabilização dos subscritores de cada canal.

revenue and struggled to put together a coherent schedule. The favoured business model for satellite TV operators was shifting from international feeds to national channels” (Chalaby, 2005, p. 48). Na mesma ordem de ideias, também Helena Sousa, a propósito do impacto que as estas profundas alterações tiveram nos media em Portugal, refere que:

“o poder político numa Europa então dominada por governos conservadores não estava disposto a aumentar as taxas de televisão e de rádio. Os serviços públicos começavam a sentir cada vez maiores dificuldades de financiamento. Os governos conservadores viam na redução de impostos um importante factor de popularidade e as taxas de televisão tenderam a estagnar. Como os custos de produção não baixavam, os serviços públicos encontravam dificuldades em desempenhar as suas funções. Formas alternativas de financiamento e mesmo outros modelos de sistemas audiovisuais começavam a ser seriamente equacionados” (Sousa, 2001, p. 5).

Foi neste contexto de simultânea fragilidade e força dos operadores europeus e pan-europeus que nasce a RTP Internacional em 1992, beneficiando igualmente da consolidação do projeto mãe da European Broadcast Union (EBU), em 1985 e do qual Portugal é membro fundador, visando a união das televisões de serviço público europeias como forma de combater a proliferação de canais privados, europeus e pan-europeus, no continente. Contudo, como veremos, a RTP Internacional não caminhou no sentido de se redesenhar na lógica da sua programação. De facto, muitas das suas congéneres acabaram por adotar medidas de fortalecimento da sua oferta apresentando, por exemplo, conteúdos em inglês - considerada a língua de receção mais universal - ou produzindo formatos televisivos de configuração específica multicultural. Como mais uma vez refere Chalaby (op. cit.), a audiência transnacional é diversificada e em constante mutação e, da mesma forma, também o são os próprios mercados e os seus sistemas reguladores e a televisão vem sendo forçada a desprender-se de velhos paradigmas para abraçar novas tendências tecnológicas:

“These corporate players have devised successful strategies to operate in a multicultural environment. In the 1980s, they were unsure how to transmit across boundaries and were at first oblivious to local culture and market conditions. They had overestimated audience appetite for foreign programming and launched general entertainment channels in direct competition with established national broadcasters. To remedy this, they have progressively focused on niche markets and begun adapting their feed to local tastes. In the mid-1990s, the emergence of networks demonstrated how corporate players had acquired a much better understanding of the relationship between the local and the global, and learned how to articulate the two polarities while benefiting from both. Europe still presents many challenges for broadcasters operating across frontiers. Audiences differ in terms of viewing habits, lifestyle, language and cultural dispositions. Market conditions continue to vary from country to country, depending on broadcasting history, the local regulatory framework, the weight of public broadcasting and the penetration of distribution

platforms. Nevertheless, everything indicates that cross-border TV channels will continue to prosper and firm their presence in European broadcasting” (Chalaby, 2005, p. 63).

Hoje, no espectro televisivo internacional, são muitos os canais televisivos que operam numa lógica global 24/7 com programação especializada e em várias línguas: Deutsche Welle (Alemanha); France 24 (França) Russia Today (Rússia), CCTV (China); Telesur (Venezuela) e, claro, BBC World News (Reino Unido); CNN International (Estados Unidos da América) e Al Jazeera English (Qatar), para citar alguns dos mais conhecidos.

A **Al Jazeera English** foi lançada em 2006 (em 1996 tinha sido já lançada a Al Jazeera Arabic para o mundo árabe) e emite para mais de 270 milhões de lares em mais de 140 países. É um canal informativo que vive dos proveitos da publicidade e do financiamento privado do Emir do Qatar. Assume-se como um canal informativo global que prima pela independência da informação que produz e por preferir mostrar o lado humano das notícias ao invés do lado político e social³⁰.

A **BBC World News** foi lançada em 1991 como BBC World Service Television e é um canal informativo pertencente à BBC cujo financiamento é maioritariamente privado³¹. Tem mais de 50 delegações noticiosas em todo o mundo e está disponível em mais de 200 países atingindo 300 milhões de lares. É um canal essencialmente informativo com magazines sobre negócios, desporto e meteorologia, e emite também o melhor da BBC em termos de atualidades, documentários e programas de *lifestyle*.³²

A **CNN International** é um canal privado lançado em 1985 por Ted Turner, e está disponível em mais de 250 milhões de lares e em mais de 200 países. Apresenta-se como um canal de informação à medida da sua audiência diversificada. Emite em inglês, árabe e espanhol e, além dos Estados Unidos, tem sedes no Japão, Índia, Inglaterra e Emirados Árabes Unidos.

A **Deutsche Welle** foi lançada em 1962 (existe desde 1953 como emissora de rádio) e hoje apresenta-se como representante da Alemanha no contexto cultural europeu. Efetua uma cobertura jornalística *analítica e de alta credibilidade, destinada a promover o intercâmbio e a compreensão mútua entre os povos e culturas do mundo*. É um canal público e possui 6 canais em inglês, alemão, árabe e espanhol e muitos outros conteúdos em dispositivos móveis em 30 línguas diferentes (também em português) e alcança mais de 100 milhões de pessoas em todo o mundo com uma programação

³⁰ Informação disponível em <http://www.aljazeera.com/aboutus/>.

³¹ Em 2015, o Estado Inglês anunciou que iria financiar parte deste canal reconhecendo a sua importância enquanto veículo da Imagem do Reino Unido no mundo: "*The World Service is one of the UK's most important cultural exports and one of our best sources of global influence*" (BBC News, 2015). Disponível em: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-34902244>.

³² Informação disponível em: <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whatwedo/aroundtheworld>.

que inclui informação, reportagens e documentários sobre várias temáticas sociais, incluindo o desporto³³.

A **France 24** é também um canal público lançado em 2006. É constituída por 3 canais diferentes com emissão em francês, árabe e inglês atingindo 250 milhões de lares em 177 países diferentes através de 19 satélites e 700 contratos de distribuição. Apresenta-se como um canal essencialmente informativo 24/7 cuja política editorial expressa os valores da liberdade, da independência e do pluralismo (bebendo dos valores basilares da democracia francesa)³⁴.

A **Russia Today** foi lançada pelo governo russo em 2005 e assume-se como um canal informativo global *with a Russian viewpoint*. Com emissão em Inglês, Árabe e Espanhol, possui vários centros de emissão em todo o mundo e, segundo a informação acessível na sua página de internet, a Russia Today é vista por 35 milhões de pessoas diariamente³⁵.

A **Telesur** foi lançada em 2005 e possui uma cobertura que visa o mundo latino (essencialmente América do Sul e Europa) chegando a 17 países através da rede satélite e de 500 operadores de cabo. Apresenta-se como um canal informativo e formativo de serviço público com uma visão integradora de todos os povos do mundo. A sua constituição visava uma alternativa às televisões privadas que operam na América Latina como a CNN ou a BBC World News³⁶ e é propriedade dos Estados da Venezuela, Cuba, Equador, Bolívia, Nicarágua e Uruguai.

Todos estes exemplos, apesar de terem contextos constitutivos completamente diferentes, se destacam e se definem essencialmente como canais de informação global para o mundo e, em alguns casos mais óbvios, tendem até para manifestar uma visão geopolítica mais acentuada (*soft power*). No que diz respeito aos mais relevantes, a BBC World News, a CNN International e Al Jazeera English, a força destes três canais está na prossecução dos seus objetivos globais que visam, não uma audiência previamente identificada, mas o cúmulo e a comunhão de várias audiências internacionais e multiculturais que se querem formadas e informadas. Da mesma forma, a maioria destes canais centra a sua programação na veiculação de notícias, assuntos da atualidade e documentários, colocando a tónica na informação e deixando de parte outro tipo de géneros televisivos.

Segundo Stuart Hall (1996), nesta época pós-moderna marcada pelo processo de globalização, juntamente com a fragmentação tecnológica, as identidades culturais também sofreram um processo de perda e ao mesmo tempo de recuperação e de reconstrução dando lugar a um novo tipo de identidade - híbrida - para a qual os processos diaspóricos em muito contribuíram. Por outro lado, o lugar das televisões transnacionais é ocupado por uma imensa rede de canais de televisão, generalistas ou temáticos, distribuídos por todo o mundo em simultâneo, por cabo, satélite ou, em alguns casos, apenas

³³ Informação disponível em: <http://www.dw.com/en/about-dw/60-years-dw/s-100298>.

³⁴ Informação disponível em:

http://www.france24.com/static/infographies/presse/France24_PressKit_1213_EN.pdf.

³⁵ Informação disponível em <https://www.rt.com/about-us/>.

³⁶ Informação disponível em <http://www.telesurtv.net/english/pages/about.html>.

através da internet, que desejam falar a todas essas identidades mas usando, de alguma forma, a mesma moldura discursiva. Se regressarmos à discussão sobre a comunicação de massas, o perigo da homogeneização também poderá ser intuído no caso das televisões internacionais, embora, mais uma vez, ainda que propendamos a verificar uma certa uniformização no tipo de oferta destes canais, e como recorda Cádima (2010) sobre a teoria de Appadurai (2004), não significa necessariamente que essa oferta mais ou menos homogênea reflita uma homogeneização da cultura.

A saber, a aquisição do espaço-satélite por parte da RTP represente um custo anual de mais de 1.600.000,00 Euros³⁷. O retorno desse investimento apenas é possível mediante a efetivação de contratos de distribuição com os operadores de cabo internacionais. Atualmente estima-se que sejam à volta de 10 milhões de lares que subscrevem a RTP Internacional em regime de *pay-tv* em todo o mundo. Se juntarmos a estimativa daqueles que acedem a esta canal também através do DTH e IPTV³⁸, o número sobe para mais de 100 milhões³⁹. Hoje, a penetração dos canais internacionais junto dos operadores cabo pode dar-nos uma aproximação maior sobre o número de assinantes, mas saber exatamente quantos vêm a RTP Internacional continua a ser uma incógnita e o acesso a estas estimativas genéricas não diminuem essa incerteza pois elas referem-se tendencialmente ao número de portugueses/emigrantes e portugueses/falantes.

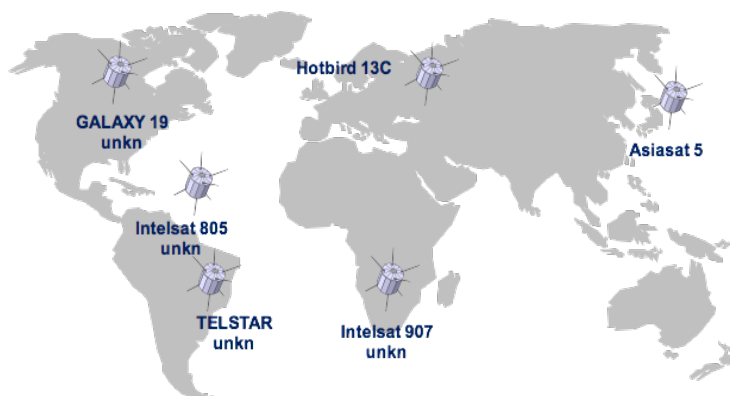


Figura 5.1: Rede Satélite da RTP Internacional. (Fonte: RTP; editada pela autora)

A RTP Internacional tem neste momento uma rede de satélites⁴⁰ que permite levar a sua emissão a praticamente todo o mundo e, muito recentemente, em 2014, a emissão da RTP Internacional autonomizou as emissões das janelas para o continente asiático e americano com grelhas de emissão pensadas para um horário mais em linha com aqueles continentes. Este é um

reflexo de que o ideal presente nos bastidores da conceção e conceptualização inicial deste serviço de programas continua a produzir resultados e evidência também da existência efetiva não só de práticas reflexivas mas também de práticas estratégicas por parte dos *decision makers*.

A RTP Internacional emite mais de 90% em língua portuguesa (Quadro 8.1.2) e assume-se desde o primeiro instante como um canal generalista, o que significa que, por definição, apresenta *uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público*, e tenciona, como veremos mais em

³⁷ Dados facultados pelo Serviço da Distribuição Internacional da RTP.

³⁸ Internet Protocol Television.

³⁹ Dados facultados pelo Serviço da Distribuição Internacional da RTP.

⁴⁰ Europa: HOTBIRD 13 B – (Banda Ku, DIGITAL); Ásia e Oceania: ASIASAT 5 – (Banda C, DIGITAL); África: INELSAT 907 (Banda C, DIGITAL); América: INELSAT 805 – (Banda C, DIGITAL); Brasil: TELSTAR 14 R/ESTRELA DO SUL 2 (Banda ku, DIGITAL) e América do Norte, América Central e Havai: GALAXY 19 – (Banda Ku, DIGITAL).

detalhe, a *defesa, promoção e partilha dos valores culturais portugueses* (RTP, 2005). Nesse sentido não há dúvida que vai ao encontro do que está estabelecido no atual Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão: *“os serviços de programas de âmbito internacional prosseguem os seus objetivos tendo em conta os interesses nacionais, devendo assegurar a promoção económica e cultural de Portugal e da língua portuguesa”* (cláusula 12.^a n.º 1), ou seja, a grande maioria da programação da RTP Internacional deve ser em português. Isto não significa que a origem dos seus programas tenha que ser necessariamente caseira, já que, como referimos, são mais 8 os países de língua oficial portuguesa.

Por muito que, ao longo dos anos tenham sido produzidos sucessivos discursos em torno da reestruturação deste canal sempre visando a sua modernização e afirmação, veremos que os dados de aquisição interna dos programas da RTP Internacional (Quadro 8.1.4) dizem que de 2008 a 2015 apenas 9 % de programas foram pensados dentro da área de programas deste serviço. Este tipo de discursos teve lugar principalmente durante os 2013 e 2014 quando Miguel Relvas assumiu a pasta de Ministro-adjunto dos Assuntos Parlamentares e cujo mandato foi marcado pela decisão de privatizar um dos canais da RTP gerando um debate político e social de grandes proporções (Visão, 30.08.2012, p. 24). Por outro lado, os vários Conselhos de Administração da RTP têm reiterado que a RTP Internacional vai colocar em movimento estratégias de melhoria e diversificação da sua programação apostando mais fortemente em conteúdos próprios (*in* Jornal de Negócios, 23.06.2009, p. 39; Jornal de Negócios, 14.11.2011, p. 38; Público, 31.01.2014, p. 8).

A propósito, diz Chalaby que os canais dirigidos a populações migrantes esforçam-se por mostrar uma imagem do país moderna e convidativa que seja um motivo de orgulho, mas na realidade a sua programação é composta por uma mistura de programas concebidos para os canais nacionais e logo, para um público que não apresenta as mesmas características culturais, apostando muito pouco em produção própria e direcionada:

“Transnational viewers inevitably compare satellite services from independent and state broadcasters and realize the latter are often not up to standard. Evidence shows they prefer independent television channels that can report openly on the day’s issues and present an uncensored image of the country. A study cites young Turkish migrants in London who enjoy watching commercial channels that convey to them the vibrancy and cosmopolitan aspects of contemporary Turkish culture. Arabic speakers in Europe have turned en masse to Al Jazeera, whose Arabic version has had a well-established international distribution for many years. The channel’s ground-breaking talk shows and lively debates, which have now entered broadcasting history, contrast with the insipid programming of the state satellite channels hindered by convention and censorship”. (Chalaby, 2009, p. 199).

Hoje esta questão é ainda mais significativa: durante o mandato do atual Conselho de Administração da RTP que iniciou funções em Fevereiro de 2015, a transnacionalização dos canais da RTP tem sido um tema de expressa relevância. É intenção deste Conselho que a RTP 3 (ex. RTP Informação), o canal temático informativo da RTP lançado em 2004, seja distribuído nos Estados

Unidos e na Europa. Também é intencionado e assumido que os canais regionais RTP Madeira e RTP Açores sejam distribuídos na América do Norte onde as comunidades portuguesas têm uma presença muito significativa. De facto, estes canais já estão acessíveis via satélite em alguns países e, a propósito, Gonçalo Reis, presidente deste Conselho, referiu-me que, apesar da vontade em transnacionalizar outros canais do grupo, a RTP Internacional é e continuará a ser o “*grande denominador comum*” da oferta da RTP ao mundo, pois a ela pertence a missão mais global:

“A RTP Internacional é o canal generalista da oferta de televisão da RTP para o mundo, posicionando-se como um “Best Of”, ou seja reúne conteúdos de vários canais da RTP e também alguns específicos deste canal, e pretende ser a nossa janela para o público emigrante residente no exterior. A RTP Internacional é assim o grande denominador comum da nossa oferta internacional.

Mas convém ter bem presente que este canal, sendo uma espécie de “navio almirante”, não esgota todo o arsenal que colocamos à disposição das comunidades residentes no exterior. Por isso, estamos em simultâneo a apostar fortemente na distribuição em várias geografias da RTP 3, de modo a melhor cobrir a chamada emigração da nova geração, públicos mais jovens, mais urbanos, mais móveis, que valorizam conteúdos informativos e de atualidade. Em paralelo, estamos a levar os canais regionais (RTP Açores e RTP Madeira) para as geografias onde há grande concentração das comunidades emigrantes oriundas das regiões autónomas, seja na América do Norte e Canadá, seja em outros destinos desta emigração.

Refira-se ainda o nosso empenho em potenciar a distribuição global via plataformas e serviços digitais, nomeadamente através da RTP Play, do site RTP, de newsletters digitais, como o “Essencial”; cerca de um terço do consumo destas funcionalidades digitais tem origem em mercados externos, o que demonstra a enorme vontade dos emigrantes e dos portugueses que viajam em se manterem ligados à RTP; e representa também um enorme incentivo ao desenvolvimento destes serviços, como instrumento cada vez mais relevante para chegar aos milhões de portugueses que vivem fora ou que circulam frequentemente pelo mundo inteiro.

Por fim, também é de realçar o papel da rádio, através dos serviços internacionais e também da retransmissão por inúmeras rádios locais operadas por portugueses em todo o mundo que divulgam assim a programação e informação das rádios da RTP” (comunicação pessoal, Setembro, 2016).

Um caso de exceção e até motivo de referência por Chalaby (2009. p. 198) é o programa magazine intitulado *Contacto*, pensado especialmente pelo serviço da RTP Internacional para as comunidades portuguesas e produzido pelas comunidades portuguesas. Este programa foi para o ar em 17 de Outubro de 1993, chegou a ser produzido em 14 cidades diferentes em todo o mundo e durou mais de 11 anos sendo considerado o único programa da RTP Internacional dirigido às comunidades portuguesas. A sua não continuidade foi motivo de críticas por parte de muitos espectadores que o

consideravam “o *único dedicado aos milhões de pessoas que vivem nas comunidades imigrantes e faz mesmo muita falta. Sem ele, não sabemos o que se passa nas outras comunidades ou mesmo na nossa*” (in I online, 16.02.2015).

Este é apenas um exemplo solitário da força e impacto que este canal tem junto daquele que imagina ser o seu público mas uso-o aqui como exemplo positivo do efeito que uma estratégia direcionada pode ter na (re)construção da imagem da RTP Internacional.

Como vimos, no contexto transnacional, em que os operadores de maior sucesso são aqueles que acabaram por se voltar sobre si mesmos ao nível da estratégia de produção e assumindo claramente que tipo de televisão desejam ser afirmando-o através de uma programação centrada, especializada e direcionada ao mundo global, usando de várias línguas e através de vários sistemas de receção, numa procura constante de simbiose com a fragmentação tecnológica e o movimento de paisagens etnográficas, o que a RTP Internacional traz de diferente ao mundo é precisamente o seu público.

A RTP Internacional assume uma dupla missão, a qual é provavelmente confundida no plano prático: é uma televisão para emigrantes que, como tal, partilham uma identidade linguística e cultural própria e é uma televisão para os 200 milhões de pessoas que falam português. Neste duplo sentido, a RTP Internacional é um serviço que não deve ser menosprezado porque, em termos de audiência potencial, esta língua permite que estejamos entre os canais internacionais com maior público do mundo televisivo. Focada em oferecer diversidade, talvez falte que a RTP Internacional reflita no princípio de que o seu público não é apenas lusófono nem sequer apenas emigrante. Num mundo pleno de televisões que emitem informação global 24/7, acredito que RTP Internacional ocupa um espaço único que deve ser tido em conta não só pelos discursos políticos, mas pela prática social que a repetição desses mesmos discursos deve produzir.

Poderemos nunca saber ao certo quantos vêm a RTP Internacional, mas podemos *imaginar* que são 200 milhões de *diferentes* espectadores e a sua programação, enquanto materializar da sua missão, deve espelhar essas mesmas diferenças. Talvez seja no pequeno grande detalhe das desigualdades que constituem o seu *grande* público que reside a distinção da RTP Internacional face a todas as outras televisões internacionais, destinem-se elas a públicos migrantes ou não.

6. O MUNDO LUSÓFONO - O GRANDE PÚBLICO DA RTP INTERNACIONAL

*“Identity’ is a name given to the escape
sought from that uncertainty”*

— Hall, 1996

*Lusofonia*⁴¹ é um termo bastante generalizado. Não raras vezes, o discurso político e social o utiliza para se referir à generalidade dos países de língua portuguesa ou às comunidades emigrantes no abstrato. É, no entanto, também um termo que se presta a algumas antinomias quando deixamos o vacante genérico abstrato da sua conceptualização e nos adensamos nas suas várias significâncias concretas. Na verdade, Lusofonia não se resume a uma dimensão linguística. Na medida em que nela se abrigam vertentes como a cultura, a economia e a política, Lusofonia é, como refere Luis Cunha (2009)⁴², todo um projeto de identidade.

Gilberto Freyre, muito ligado aos fenómenos da colonização portuguesa e criador da teoria do luso-tropicalismo para designar a especial capacidade de adaptação dos colonizadores portugueses ao Brasil como característica essencial distintiva dos traços da colonização portuguesa face a outras nações colonizadoras, foi um dos primeiros a cunhar este termo. Freyre descrevia a lusofonia como uma herança cultural, um sentido pan-lusitano que abrigava na sua aceção todos os portugueses e os descendentes de portugueses, os quais, fosse pelo seu sangue ou pela sua cultura, não seriam mais que um só povo, uma só cultura (Freyre, 1962, *apud* Antunes da Cunha, 2006 p. 58). A teoria de Freyre, duramente criticada durante o Estado Novo pela importância dada ao fenómeno da “mestiçagem”, foi recuperada pelos discursos identitários produzidos no final da ditadura e, principalmente, com a entrada de Portugal na Comunidade Europeia em final dos anos 80, levando à implementação de medidas que refletissem *o mundo que o português criou*⁴³ através do fortalecimento da língua portuguesa como património imaterial de Portugal. Ainda muito recentemente, a propósito do I Congresso do Direito da Língua Portuguesa realizado em Maio de 2009, Adriano Moreira defendia que:

“As solidariedades horizontais, no caso do português sendo em primeiro lugar a da língua, são um elemento que fortalece, enriquece de tonalidade o tecido da globalização das dependências, que contribui para uma articulação entre a linha da territorialização dos poderes políticos e a linha da mundialização da sociedade civil organizada em rede” (2010, p. 165).

⁴¹ O conceito de lusofonia resulta da conjugação das palavras *Luso* (sinónimo de lusitano) e *Fonia* que provém do grego e se refere à língua oral (Cristóvão, 2005).

⁴² *Cfr.* Martins, M. D. L., Sousa, H., & Cabecinhas, R. (2006). *Comunicação e Lusofonia: Para uma abordagem crítica da cultura e dos media*. Porto: Campo das Letras.

⁴³ *Cfr.* Freyre, G., & Sérgio, A. (1940). *O mundo que o português criou: aspectos das relações sociais e de cultura do Brasil com Portugal e as colónias portuguesas*. Lisboa: Livros do Brasil.

A esta ideia de fortalecimento da língua portuguesa no mundo não se pode dissociar da carga espiritual também impregne nos vários discursos políticos e sociais em defesa da lusofonia que se vai alimentando de símbolos roubados a um imaginário do Quinto Império⁴⁴, originando uma certa instrumentalização deste termo ao magnificar uma determinada intencionalidade da nossa alma - o espírito lusitano - em cujo seio pertencem todos quantos partilham da mesma identidade linguística e espiritual coletiva. Neste sentido, Eduardo Lourenço (1982) é talvez o autor mais crítico do exagerado apego a este conceito para justificar a necessidade de fortalecer e continuar a alimentar uma imensa comunidade lusófona, considerando-o nada mais que um complexo de hiperidentidade “no gozo da diferença” em ser-se português. Da mesma forma, outros autores como Carlos Reis (1997), numa tentativa de fuga a uma retórica demasiado trágico-histórica e querendo aproximar-se de uma intencionalidade política mais concreta, preferem aplicar-lhe conceitos mais atuais como globalização, diversificação e relativização.

Por outro lado, Antunes da Cunha (2006) e Helena Sousa (2013) referem e elencam as outras condições da *lusofonia*, anteriormente já consideradas por Yves Leonard (1998)⁴⁵, as quais se estendem muito para além da dimensão da língua, como i) uma condição geográfica, (os territórios e a língua); ii) uma condição institucional (as organizações que trabalham em prol do desenvolvimento da língua, da cultura e das comunidades geográficas de expressão portuguesa) e iii) uma condição mitológica ou espiritual (a expressão de uma alma, de um sentido espiritual, refletindo o sentimento de comunhão de um legado de recordações e do desejo de vivência conjunta).

A lusofonia é assim, entendida por muitos, como um conceito que abarca no seio do(s) seu(s) significado(s) todos quantos partilham da mesma identidade coletiva: “(...) *a identidade nacional justifica a defesa da maior aproximação aos povos lusófonos, em nome da língua e da história comuns e de uma suposta sintonia cultural e afectiva*” (Castelo, 1998 p. 14, *apud* Sousa, 2013). Alguns autores alertam para a existência de distintos níveis de identificação: M. Cahen diz que o conceito de *lusofonia* contém “*realidades sociais extremamente diferentes e status sociais incomparáveis*” e que a língua “*pode ser materna ou afetiva, quer dizer, identitária e fundadora*” (2010, p. 6).⁴⁶

Ainda hoje e desde há aproximadamente seis anos, por força de uma crise económico-financeira à escala global, assistimos a uma nova vaga de emigração que tenta escapar aos efeitos causados pela implementação de um intenso e prolongado plano de austeridade por parte do poder político e executivo português e europeu. No fluxo populacional português, a realidade atual apenas é comparável com a grande vaga da emigração que ocorreu nos anos 60 que por conta do regime ditatorial em vigor e dos efeitos de uma guerra colonial que durou aproximadamente 14 anos.

A emigração portuguesa tem sido constante desde a II Guerra Mundial contando com três grandes momentos: o primeiro no final da década de 60, o segundo em finais da década de 80 com a entrada de Portugal no espaço económico Europeu e um terceiro a partir de 2010 por conta da crise

⁴⁴ Relacionado ao sebastianismo, um dos grandes mitos da história portuguesa criado com a morte de D. Sebastião, último rei da Dinastia de Avis, na batalha de Alcácer-Quibir em 1578, resultando na perda de independência do reinado de Portugal para o reino de Espanha. O mito desenvolve-se na crença de que D. Sebastião deveria voltar para restaurar a independência lusitana (V Império). *Cfr.* Eduardo Lourenço, E. (1999). *A Mitologia da Saudade*.

⁴⁵ Leonard, 1998 *apud* Antunes da Cunha (2006, p. 48).

económica e financeira e das subseqüentes políticas de austeridade. O número de saídas anuais nos últimos anos iguala o número apurado nos anos 60, estabilizando, entre 2013 e 2014, na casa das 110 mil saídas ano. Estes são dados do Relatório Estatístico 2015 sobre a Emigração Portuguesa do Observatório da Emigração que conclui também que “*Em termos acumulados (stock), estima-se que haverá hoje no mundo cerca de 2,3 milhões de portugueses emigrados, isto é, de pessoas nascidas em Portugal a residir no estrangeiro há mais de um ano*” (2015, p. 29). Por outro lado, na reflexão sobre as características das comunidades portuguesas de hoje é necessário ter igualmente em conta que em

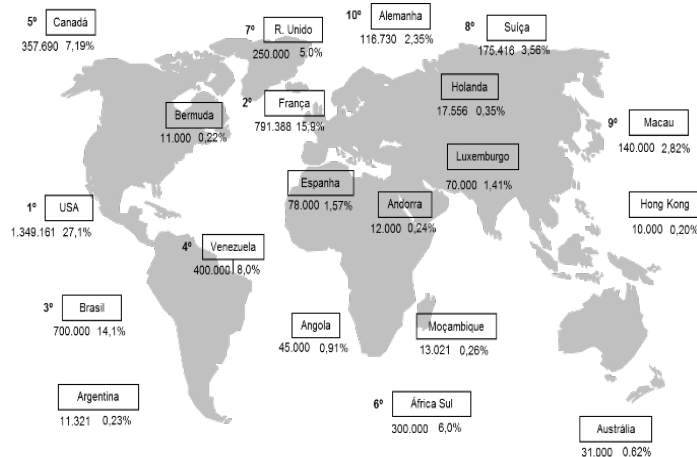


Figura 6.1: Portugueses no Mundo (Fonte: RTP. Edição da Autora)

jogo existem já os denominados “emigrantes de 2ª e 3ª geração” e os “lusó-descendentes”⁴⁶. Assim, atualmente estima-se que sejam à volta de 5 milhões os portugueses a residir fora do país espalhados por todos os continentes.

Porém, o emigrante português de hoje não apresenta as mesmas características do emigrante dos anos 60. Possui uma formação académica superior e emigra porque *quer sair* e não

porque se sente *obrigado a sair*. Antunes da Cunha, bastante conhecedor do caso francês, explica essas diferenças numa entrevista ao Observatório para a Emigração em 2011:

“Os discursos que hoje temos sobre Portugal, a emigração e a identidade nacional têm raízes históricas que é necessário analisar. (...) Não podemos esquecer que a emigração dos anos 1960/70 encobre situações pessoais extremamente duras, associadas à pobreza e à guerra colonial, entre outras razões. Neste contexto, emigrar deixa sempre uma certa mágoa interior. As pessoas não emigravam porque queriam estudar ou conhecer outros países e culturas; emigravam porque, naquele momento, consideravam que não havia condições objectivas para ter uma vida feliz na sua terra. É bom não esquecer que a emigração traz sempre consigo uma certa distância relativamente ao país de origem, mesmo que depois se volte lá todos os anos. Essa distância cultural, linguística, e por vezes afectiva, vai-se instalando progressivamente” (Pinho, 2012).

O contexto social destes dois grandes fluxos é extremamente diferente, o que implica necessariamente uma reformulação na responsabilização dos media internos sobre as mensagens que

⁴⁶ Este conceito, apresenta uma fluidez de significados que deriva das diversas tendências do discurso social e político agrupando, por isso mesmo, “*não só os que, na sequência da emigração ou da diáspora portuguesas, nasceram e residem no estrangeiro, como também aqueles que - porventura com nacionalidade estrangeira ou com dupla nacionalidade - vieram instalar-se no país dos seus progenitores*” (Mendes, 2003, p. 27).

produzem. Não será estranho que recordemos aqui o *movimento de paisagens* proposto por Arjun Appadurai (2004)⁴⁷ para caracterizar o mapa de imaginário(s) coletivo(s) no papel que os indivíduos adotam face ao conjunto de visões e expectativas que lhes são oferecidas pelas transferências dos contactos culturais, mapa esse que pretende representar o mundo global de hoje. No caso da RTP Internacional, em que já não é o único canal português de televisão dedicado às comunidades portuguesas, essa responsabilização é ainda reforçada pelo carácter de serviço público que a sustenta e pelo carácter linguístico e político *ab initio* assumido pelos governos que estiveram na génese sua constituição, pelo que a alteração das dinâmicas de produção e receção deveria acontecer naturalmente num processo sintónico que acompanhe o movimento das *paisagens* etnográficas globais atuais.

Mas quantos somos então no mundo lusófono?

Se nos focarmos nos países de língua oficial portuguesa nele coexistem 9 países cuja língua oficial é o português ocupando em conjunto 10 697 186 km² de espaço geográfico, com uma população residente, em 2013, de 258 466 109 milhões⁴⁸. Se, por outro lado, abordarmos os números da emigração, são 5 milhões os emigrantes contando com os de 2^a e 3^a geração. Aqui, há que observar que as diferenças geracionais significam também distintos modos de contacto com a cultura de origem, como, novamente, refere Antunes da Cunha:

Hoje em dia, há uma 2^a e 3^a geração de portugueses que é completamente indiferente àquilo que se passa em Portugal e com os portugueses. Mas também há uma 2^a e 3^a geração que aprende a tocar concertina e integra ranchos folclóricos, o que a maior parte dos seus pais não fazia. E há ainda uma 2^a e 3^a geração mais virada para uma cultura erudita ou para a música pop e rock portuguesa, etc. Quero com isso dizer que não há uma 2^a ou 3^a geração homogénea. Há diversos públicos no seio de cada uma dessas gerações. (...) No caso específico deste trabalho, o termo "2^a geração" não engloba todos os filhos de emigrantes (...).Têm muitas vezes duas nacionalidades e assumem duas pertenças, mas sentem-se e são sobretudo vistos como portugueses em França e franceses em Portugal. Embora estejam um pouco ligados a Portugal, cultivam também uma certa distância. Não raro, desconhecem a história da emigração familiar dos pais. A imagem que têm de Portugal é, por vezes, ainda a da aldeia e das férias. Não conhecem muito mais. Depois, quando vêm a Portugal, sentem o peso do olhar dos portugueses sobre eles. Convivem com um olhar um pouco discriminatório, pelo facto de não falarem

⁴⁷ Arjun Appadurai fala de disjunturas da economia global, ou sobreposições de mundos imaginados, resgatando a ideia de Comunidades Imaginadas criada por Benedict Anderson (1983) e do *imaginaire collectif* francês como base da projeção das suas paisagens (*scapes*) relacionais de "múltiplos universos que são constituídos por imaginações historicamente simuladas de pessoas e grupos espalhados pelo globo". São elas: (i) *tecnoscapes*, os processos tecnológicos; (ii) *financioscapes*, o fluxo de capital (iii) *etnoscapes*, a paisagem migratória e a sua influência na política das nações; (iv) *mediascapes*, a paisagem da informação veiculada pelos media e (v) *ideoscapes*, a visão ideológica reforçada pelos discursos democráticos.

⁴⁸ Dados do Relatório Estatístico sobre os países membros da CPLP de 2015.

tão bem a língua, o que contribui para não se sentirem plenamente portugueses de corpo inteiro. Todavia, sentem também um certo orgulho em serem portugueses. Essa dualidade não é contraditória, depende dos contextos, daquilo que o sociólogo Erving Goffman apelida de quadros de interação e da apresentação do eu na vida quotidiana (Pinho, 2012).

Apesar de toda uma presunção linguística cuja lateralidade poderá influenciar um reconhecimento quase genesíaco no contacto entre estes povos e por parte deles com a emissão da RTP Internacional, o público que este canal chama a si, são aqueles que vivem fora do país, que reconstruíram as suas vidas sobre uma base política, social e cultural diferente e também aquele que pertence hoje à chamada diáspora, com dicotomias geracionais em permanente desafio e com uma relação com o país feita de contrastes. Neste conjunto, os portugueses estão em 140 dos 190 países do mundo e é para todos eles que a RTP Internacional existe e, uma vez que a identidade cultural da RTP Internacional não pode ser aferida pelo seu público porque, em rigor, não sabemos quem ele é, como se manifesta na sua programação?

6.1. O reflexo do seu público

O nascimento da RTP Internacional assenta num pilar global de proximidade e reforço da lusofonia através da transmissão de conteúdos que assim o reflitam e tem sido, como vimos, uma preocupação constante por todos os governos desde o seu lançamento a premência de sua reformulação estratégica. Desse modo, língua e cultura são os moldes sobre os quais se forma e conforma a programação deste canal. Mas, se no Serviço Público de Televisão as audiências são tendencialmente desvalorizadas em prol dos objetivos inerentes a esse mesmo cumprimento (embora constitua sempre uma premissa com inegável peso), em concreto, no caso da RTP Internacional, não existindo a possibilidade de uma medição audiométrica quantitativamente irrefutável, a missão que lhe subjaz é tão somente o ideal de um verdadeiro serviço público na sua essência, não (pre)condicionada às pressões de um mercado de concorrência, e com a mancha dos destinatários desse serviço prévia e objetivamente definidos, ainda que de certa forma, virtualizados (imaginados).

Neste sentido, salienta-se novamente, o trabalho de Manuel Antunes da Cunha (2006), conclui que a identidade deste canal nem sempre é bem comunicada por não ter em conta as características das imparidades que existem dentro das próprias comunidades emigrantes. Mais tarde, em 2010, foi publicado outro trabalho de investigação sobre a RTP Internacional por Fernando Carlos Moura: *A Construção da identidade de uma comunidade imigrante portuguesa na Argentina (Escobar) e a Comunicação Social*⁴⁹, um trabalho centrado na diáspora portuguesa na Argentina e que conclui que

⁴⁹ Fernando Carlos Moura (2010). «A Construção da identidade de uma comunidade imigrante portuguesa na Argentina (Escobar) e a Comunicação Social». Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação. Departamento de Ciências da Comunicação - FCSH/UNL, Maio.

existe neste canal uma ausência de reflexo das experiências dessa comunidade, consequência de uma falta de visão deste canal sobre o seu público:

“Acho que o maior problema que a RTP Internacional tem é esse, que não é uma televisão para as comunidades portuguesas que vivem fora, mas uma televisão feita por portugueses que vivem em Portugal, pensando nas comunidades portuguesas que vivem fora de Portugal. Uma das maiores críticas que a comunidade de portugueses na Argentina faz à RTP é que eles têm a RTP em casa, mas eles nunca se vêem lá, porque ninguém está interessado neles. O serviço público deveria atender às diferenças das comunidades, porque isso é outra coisa: quando você estuda ou faz uma coisa, não pode fazer de forma global. Os portugueses em França não são iguais aos da África do Sul e ainda menos aos da Argentina. Então, acho que era mais interessante pensar na emissão da Internacional a partir de outros patamares” (Pinho, 2011).

De seguida, creio ser conveniente pousar o olhar por alguns dos relatórios dos Provedores do Telespetador da RTP⁵⁰ nos últimos anos. Mais uma vez, não havendo possibilidade de se efetuarem mediações audiométricas, é praticamente apenas através do contacto direto dos espectadores da RTP Internacional que podemos tentar aferir, de algum modo, o seu papel real.

Este tipo de relatórios condensa e publicita a reação expressa de algum do público da RTP Internacional, e cumprirão, talvez, uma função mais adequada a uma televisão de serviço público do que a aferição pela medição de audiências, pois esta última, apresentando apenas uma avaliação quantitativa, peca por não compreender a componente qualitativa sobre o que de facto é desejado pelo público (Gitlin, 1986). Deste modo, se esta é uma questão válida para os serviços de programas cuja audiência é efetivamente mensurável, é-o muito mais para aqueles serviços em que essa medição simplesmente não é possível.

Assim, em quase todos os relatórios anuais de atividade dos provedores que foram analisados, a RTP Internacional tem destaque e em grande medida pela negativa, isto é, sopesando as questões e/ou queixas colocadas, cada Provedor acaba por concluir, no final de cada ano de atividade, que a RTP Internacional necessita de se reposicionar quanto à programação que emite:

“Esta rede de satélites que assegura à RTP uma difusão global, sendo um valor acrescido e que justifica as obrigações contratuais e os objectivos programáticos das antenas internacionais traz responsabilidades que terão de ser assumidas e bastante clarificadas, (...). Os vários países que assumem distribuir os conteúdos das suas Televisões Públicas (seja sempre o sempre citado exemplo da BBC), através do mundo, têm, acima de tudo, que planificar executar uma estratégia de serviço para os seus cidadãos espalhados pelo

⁵⁰ Cfr. Art.º 37.º n.º 1 alínea f) da Lei n.º 39/2014, de 9 de julho relativa à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão, e aprovação dos novos estatutos da Rádio e Televisão de Portugal.

mundo, mas também uma cuidada preocupação em “vender” uma imagem positiva e actual do país.

Ora em relação às antenas internacionais da RTP, muitos Telespectadores queixam-se do tom antiquados de diversos programas afirmando que gostariam de receber do país imagens de actualidade do património artístico e cultural, das actividades culturais e musicais, de exposições de novos e consagrados artistas” (Relatório do Provedor do Telespectador da RTP 2006, p.42, 2007).

“A concepção das grelhas de programação destes canais terá de corresponder aos parâmetros dos objetivos destes canais, tendo em conta que está em causa a imagem de Portugal no mundo e nos países de expressão lusófona. Para isso, é importante definir uma orçamentação própria pois a base da programação não pode ser as dos conteúdos produzidos para o espaço nacional. Esta será, porventura, um problema de natureza política, mas ter «uma janela aberta sobre o mundo traz enormes responsabilidades para a RTP e para o próprio país.” (Relatório do Provedor do Telespectador da RTP 2007, p.97, 2008).

“Não ignoro que, dada a dispersão geográfica, de culturas e contextos sociais, que caracteriza esses Telespectadores, esta é, porventura, a grelha mais difícil e mais complexa de conceber. Espera-se que o grupo de trabalho criado para repensar a RTPi possa vir a resolver de modo adequado a concepção da programação deste canal que recebe imensos lamentos de por parte dos Telespectadores da RTP residentes fora do país.” (Relatório do Provedor do Telespectador da RTP 2008, p.67, 2009).

“Ao confrontar os “conteúdos de programas difundidos pela RTPi com as queixas recebidas dos Telespectadores “de língua portuguesa residentes no estrangeiro”, percebe-se que é exigível rever essa programação. Por exemplo, o programa “Bom Dia Portugal” tem uma orientação predominantemente direccionada para o público residente em Portugal. As reacções que tenho recebido de portugueses residentes no estrangeiro são de forte teor negativo. Relevam a importante função dos noticiários, mas desejariam ter uma programação mais concebida para os destinatários que tem por alvo e não, com leves exceções, limitar-se a ser um canal/serviço de repetição da maior parte dos conteúdos da RTP1.” (Relatório do Provedor do Telespectador da RTP 2008, p.92, 2009).

“tem particular impacto o conteúdo da emissão, o qual é considerado por muitos telespectadores como desadequadas da realidade actual das comunidades portuguesas, não tomando em linha de conta as necessidades culturais de segunda e terceiras gerações de portugueses e do novo tipo de emigrantes – trabalhadores e académicos altamente qualificados, os chamados públicos classe A e B – e que não mais se contentam com

programas como PRAÇA DA ALEGRIA e PORTUGAL NO CORAÇÃO.” (Relatório do Provedor do Telespectador da RTP Maio a Dezembro de 2011, p.14, 2012).

“Outra reclamação constante é a ausência do cinema, o privilégio dado ao desporto, em particular ao futebol, e a repetição exaustiva dos concursos e documentários”.

“A nova vaga de emigrantes portugueses é bem diferente daquela que nos anos 60 deixou o seu país de origem. Hoje, são jovens com elevada qualificação que partem à procura de emprego. Mas, tanto para uns, como para outros, a RTP Internacional parece continuar a ter um “grande papel cultural, linguístico e informativo” como nos diz um telespectador. É através das emissões das antenas internacionais que os portugueses espalhados pelo mundo “conseguem acompanhar a língua portuguesa, a nossa cultura, quer seja histórica, quer ela fale das nossas tradições”. No entanto, muitos programas são contestados por darem uma imagem retrógrada do nosso país, são programas com exibição também na RTP 1, como O Preço Certo, Portugal no Coração, Bom Dia Portugal, entre outros.” (Relatório do Provedor do Telespectador da RTP 2012, pp.63-64, 2013).

“Há que refletir um pouco mais e tentar chamar à razão algumas pessoas e sobretudo arranjar algumas alternativas. Eu defendo uma alternativa particularmente simples que passam pelos canais internacionais que custam – de acordo com a minha estimativa – entre 12 e 16 milhões de euros terem um orçamento separado. E enquanto provedor, não desdenharia a possibilidade desse serviço ter uma tutela diferente, não ser necessariamente a tutela da presidência do Conselho de Ministros, podia ser o ministério dos Negócios Estrangeiros e/ou ministério dos Negócios Estrangeiros e/ou ministério da Economia, o que daria aos serviços internacionais uma componente económica mais forte. A RTP Internacional deve ter um papel fundamental e decisivo na defesa da língua e Cultura portuguesas e não pode viver oscilante a depender das receitas publicitárias que estão também a sofrer cortes (...) (Relatório do Provedor do Telespectador da RTP 2013, p.28, 2014).

“(…) sem querer ser exaustivo no índice dos reparos recebidos, há um que não posso deixar de refletir, não só pelo volume de correspondência recebida mas sobretudo pela importância que se reveste para a justificação do Serviço Público prestado pela RTP, e pela preocupação que suscita por não se vislumbrar uma solução condigna para os problemas que afectam a estrutura: a RTP Internacional”.

“À RTP foi atribuída a responsabilidade de assegurar um serviço de Rádio e Televisão Internacional que, por lei, deve prosseguir objectivos próprios que tenham em conta os interesses nacionais no que respeita à ligação às comunidades portuguesas espalhada pelo mundo. Na óptica do Provedor, a RTP Internacional tem de estar isenta das lógicas

comerciais e os seus conteúdos não podem depender exclusivamente da sua visibilidade económica.”

“Obviamente que o serviço internacional tem de se enquadrar na lógica de um controlo de gestão eficaz e avessa ao desperdício, mas tem de manter sempre presente o interesse nacional e o atributo de ser o espelho do País no mundo. A recente extinção da Direcção dos Canais Internacionais veio agravar e comprometer seriamente a credibilidade da RTP juntos dos portugueses que residem no estrangeiro e e isso traduz-se num sem fim de protestos e lamentos que diariamente chegam ao conhecimento do Provedor” (Relatório do Provedor do Telespectador da RTP 2014, pp.18-19, 2015).

É clara a preocupação que os Provedores do Telespectador da RTP têm endereçado à RTP Internacional. Da leitura dos seus relatórios sobressaem, não só questões e dúvidas sobre o desencontro entre a expectativa do público e os conteúdos apresentados em grelha, como também se apresentam reflexões sobre o papel e funcionamento interno das suas direções e/ou serviços que a constituem, sendo colocada até a possibilidade de se transferir a tutela deste serviço de programas para o Ministério dos Negócios Estrangeiros, uma posição que já foi tomada publicamente num ou noutro momento de discussão política sobre a RTP e em particular sobre os canais internacionais (Jornal de Notícias, 15.11.2011.p 10).

Os responsáveis pelo pensamento, planeamento e construção da grelha da RTP Internacional serão os principais edificadores da identidade deste canal. Como verdadeiros mediadores culturais, cabe-lhes a eles o papel estratégico de fazer deste serviço o que *todos* desejam que ele seja: um reflexo da imagem do país e, paralelamente, um reflexo da(s) imagem(s) dos seus destinatários unidos numa só língua e em torno de várias culturas. No universo dos canais da RTP, conseguimos, num primeiro olhar, perceber traços de individualidade em cada um deles, sabemos imediatamente quem são e a quem se dirigem, exceto, em minha opinião, no caso da RTP Internacional. Por contraste, a RTP África parece destacar-se mais no entendimento do papel que assume numa uniformidade de linguagem claramente mais pensada para o seu público enquanto a RTP Internacional parece ter caído numa existência cíclica e redundante de repositório dos programas dos canais generalistas que, por força da negociação, não se encontram limitados no âmbito dos direitos de exploração podendo ser exibidos sem limitações territoriais.

No caso da RTP Internacional sabemos que o seu público é potencialmente mais alargado que aquele que assiste aos outros canais de receção livre da RTP, ou também, e porque não, aos restantes canais, no conjunto de 6 (excluindo a RTP África), mas a verdade que essa premissa parece não motivar a RTP a passar do campo das intenções quanto às estratégias programáticas com efeitos mais estáveis a médio e a longo prazo.

7. ANÁLISE DA EMISSÃO DA RTP INTERNACIONAL

7.1. Classificação do género cultural

Na análise metodológica efetuada, os relatórios produzidos pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social foram essenciais para compreender a esquematização da análise de conteúdo com os contornos que me propus aqui fazer. O estudo dos relatórios produzidos por esta entidade no exercício das suas funções⁵¹ permitiram assimilar ferramentas que facilitaram o exercício do olhar sobre as imensas grelhas de programação da RTP Internacional e ajudaram a compreender o uso dos conceitos que servem a classificação dos programas, bem como a não menos importante perceção de que a codificação é tanto mais frágil quanto maior for a subjetividade de cada classificador.

De igual modo, foi útil o sistema proposto pelo EBU ESCORT 2007, o qual considera 7 dimensões de classificação de programas de televisão. São elas: (1) a intenção do programa (informar, entreter, etc.), (2) o formato, a estrutura formal (magazine, documentário), (3) o conteúdo, ou seja, o (con)texto interno do programa (notícias, música, etc.), (4) a participação, (5) audiências-alvo, (6) origem e (7) alerta do conteúdo. A figura abaixo (fig.7.1.1), retirada como exemplo do EBU ESCORT, demonstra a aplicação de um sistema de classificação multidimensional onde se verifica o desdobramento de um programa em diversas categorias.

Table 3: Example of multi-dimensional classifications

Programme / Service	Intention	Format	Content	Intended Audience	Origination
Radio News Bulletin	1.1 Inform	2.1.1 Bulletin	3.1.1.1 News	4.1 General	5.3.2 <i>Studio</i>
TV News Channel	1.1 Inform	2.1 Structured	3.1.1.1 News	4.1 General	5.2 <i>TV</i>
Terminator	1.3 Entertain	2.3 Representation, play, fiction	3.4.1.3 Action	4.1 General	5.1 <i>Cinema</i>
Walking with Beasts	1.3 Entertain	2.1.5 Documentary	3.1.8.1 Science	4.1 General	5.2.2 <i>Studio</i>
Hamlet. live from theatre	1.3.1 Pure Entertainment	2.4 Artistic Performance	3.5.1.2 Classical Drama	4.1 General	5.2.2 <i>Studio/Live</i>
Top of the Pops	1.3 Entertain	2.1.2 Magazine	3.7 Music	4.1 General	5.2.2 <i>Studio</i>
Football Cup Match commented on radio	1.3 Entertain	2.1.3 Commented Event	3.3.3.1 Football	4.1 General	5.3.1 <i>Made on Location / Live</i>

Figura 7.1.1: Classificação multidimensional de um programa televisivo. (Fonte: EBU ESCORT 2007)

A ERC, no seu Manual de Classificação (2010) e relatórios de classificação subsequentes, assumindo o seu papel mais regulador que orientador e visando aferir o cumprimento das obrigações genéricas de diversidade de programação que os quatro serviços de programas generalistas se encontram sujeitos (ERC, 2013; 2014; 2015 e 2016) apenas adota parte das categorias propostas pela

⁵¹ O art.º 24º n.º 2 alínea d) dos Estatutos da ERC determina que compete ao Conselho Regulador “elaborar anualmente um relatório sobre a situação das atividades de comunicação social e sobre a sua atividade de regulação e supervisão e proceder à sua divulgação pública”. Disponível através de: <http://www.erc.pt/pt/sobre-a-erc>.

EBU. Da mesma forma também a RTP usa apenas algumas categorias embora com outra denominação (Figura A.3). A figura seguinte (Fig.7.1.2) exemplifica o método operacional de um programa retirado ao acaso de uma das grelhas de alinhamento da RTP Internacional. Estão presentes categorias como Macrogénero, Género; País (origem), Intenção do Conteúdo, Conteúdo (texto) e Distribuidor.

Figura 7.1.2: Operacionalização da classificação de um programa no alinhamento da RTP Internacional. (Fonte: GMediaTx; editado pela autora)

Tipoltem	Data	Duração	Episódio	Título	Ano Produção	Macrogénero	Género	País	Idioma Emissão	Idioma Original	Intenção Conteúdo	Conteúdo	Distribuidor
PROGRAMA	21/03/11	00:02:30	2	UM POEMA POR SEMANA	2010	ARTES / CIÊNCIAS HUMANAS / CIÊNCIAS	ARTES	PORTUGAL	Português	Português	Cultura Geral	Poemas / Contos	RTP

A operacionalização da classificação de programas através da aplicação de conceitos relativamente predefinidos, tal como é proposta pela EBU, ajuda a uma melhor compreensão, generalizada e particular, sobre a programação dos operadores televisivos. Contudo, a EBU não deixa de efetuar dois alertas: primeiro, aplicações informáticas distintas podem exigir a descrição dos programas com diferentes níveis de detalhe, segundo, e mais relevante ainda, os métodos de classificação, mesmo que sustentados em sistemas previamente definidos, não deixam de ser permeáveis à possibilidade do erro humano, ou seja, diferentes utilizadores poderão descrever/operacionalizar programas televisivos sob perspetivas pessoais distintas (EBU, 2007, p. 5).

É também uma preocupação de ambas as entidades (ERC e EBU) que a velocidade criativa da dinâmica da produção televisiva afete a classificação de géneros e a torne desadequada da realidade. Esta tendência foi igualmente visível ao longo deste estudo verificando-se a existência de muitos (talvez demasiados) conceitos operacionalizantes relativamente aos conteúdos. Nesse sentido, observem-se as tabelas de classificação de géneros televisivos da ERC e da RTP (Fig. A.2 e A.3). Verificamos, com mais detalhe no que diz respeito à RTP, que na listagem dos géneros apresentados para cada Macrogénero, surgem, aparentemente, no seu desdobramento em “género” e em “tema”, tantos conceitos como aqueles que a realidade dos conteúdos criados força a existir (Fig. A.4).

Finalmente, a RTP, bem como os demais operadores generalistas portugueses, comunica regularmente (trimestralmente) à ERC os dados necessários para a elaboração por parte desta entidade reguladora dos relatórios anuais de regulação⁵². Esses dados são pontualmente corrigidos quando se verifica uma inexatidão dos dados enviados pelos operadores pois, uma vez que a ERC analisa a programação dos quatro canais generalistas e reconhecendo que cada um deles usa um sistema classificatório com *nuances* próprias, a ERC optou por criar uma tabela de equivalências (grelha comum) por forma a uniformizar as classificações dadas pelos operadores aos programas e o seu próprio sistema de análise da programação seguindo assumidamente a metodologia EBU (ERC,

⁵² A ERC tem como um dos seus objetivos reguladores a salvaguarda do pluralismo na comunicação social e a proteção dos destinatários dos serviços de conteúdos, enquanto pessoas, cidadãos e consumidores (artigo 7.º dos seus Estatutos) e deve, no exercício das suas funções “*elaborar anualmente um relatório sobre a situação das atividades de comunicação social e sobre a sua atividade de regulação e supervisão e proceder à sua divulgação pública*” (artigo 24.º dos seus Estatutos).

2010). A RTP, e provavelmente os outros operadores, talvez por uma necessidade de classificar os seus programas à luz de distintos objetivos analíticos internos que não somente o de análise do cumprimento das obrigações que a Lei da Televisão e o Contrato de Concessão lhes impõe⁵³ vai *sugerindo* outros conceitos de operacionalização da classificação dos seus programas, o que, numa primeira fase, me levou a questionar o rigor e a precisão intencionada pela presente análise. Por me ter deparado com três sistemas metodológicos classificativos distintos (EBU, ERC e RTP) não pude, nem quis, utilizar nenhum deles para além de ferramenta auxiliar na interpretação dos conceitos e dados recolhidos.

Ao contrário da ERC, no conjunto dos 11 Macrogéneros usados pela RTP não há um Macrogénero Cultural ou tão pouco um Género Cultural. São eles: (1) Atualidades; (2) Artes/Ciências Humanas/Ciências; (3) Desporto; (4) Documentário; (5) Educativos; (6) Entretenimento; (7) Ficção; (8) Infantil; (9) Informação; (10) Musicais e (11) Religiosos.

Segundo o Sistema de Classificação da ERC pertencem ao **género cultural ou de conhecimento** os programas vocacionados para:

“apresentar, divulgar e informar sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, pintura, arquitetura, música, artes plásticas, produção audiovisual, design...), bem como para divulgar e informar sobre questão do conhecimento e da investigação científica em diferentes áreas de saber; inclui ainda os programas “educativos” – programas de formação que se constituem como um momento de aprendizagem num projeto pedagógico mais vasto (p. ex.: Universidade Aberta) – e os programas de informação especializados em temáticas culturais e de conhecimento (“magazines culturais”, programas de debate e entrevistas especializados, etc.)” (ERC, 2010, p. 17).

A Figura A.5 do Anexo representa a operacionalização deste Macrogénero utilizada pela ERC. Dentro do Macrogénero Cultural e de Conhecimento, a ERC apresenta 7 géneros: (1) Artes e Media; (2) Humanidades; (3) Ciência; (4) Documentário; (5) Espetáculo; (6) Educativo e (7) Informação Cultural. Cada categoria de género subdivide-se em diversos subgéneros que correspondem às especificidades dos formatos e dos conteúdos, associado, por vezes, também às temáticas que exploram.

Se observarmos a Figura A.3 (classificação de programas utilizada pela RTP) verificamos que a RTP usa alguns subgéneros que coincidem com alguns dos géneros e subgéneros utilizados pela ERC, embora inseridos em Macrogéneros distintos.

Por fim, se observarmos a tabela de classificação de programas por categorias da RTP (Fig.A.4) surgem na categoria ‘Conteúdo’ muitos outros conceitos que encontram equivalência com os subgéneros utilizados pela ERC na sua operacionalização de classificação.

⁵³ Cfr. Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de Dezembro de 2007.

É igualmente interessante perceber o relevo que a EBU e a ERC dão à Função do Programa. Neste sentido, Augusto Santos Silva (2013) acredita que, apesar da relativização da televisão dentro de certas formas de cultura, a televisão pública tem relevância cultural e formativa a qual se apoia na tríade inspiradora fundada pela BBC: “informar, formar, divertir” podendo e devendo assim ambicionar a qualidade. Por outro lado, Lei da Televisão estabelece como fins dos serviços de programas televisivos, entre outros, contribuir para a informação, a formação e o entretenimento do público⁵⁴. A ERC usa este conceito definindo-o como um objetivo dos programas inerente às escolhas do programador face ao público recetor: “*um conceito que pretende traduzir a finalidade preponderante que o operador prossegue através da inserção de um dado programa, considerando as três funções clássicas da atividade televisiva – informar, formar e entreter-; a estas adiciona-se ainda a função promover/divulgar*” (ERC, 2015, p.429). A RTP prefere usar, com a mesma finalidade, o termo **Intenção do Conteúdo**, apresentando porém, mais categorias: (1) Aconselhamento; (2) Angariação de Fundos; (3) Cultura Geral; (4) Doutrinação; (5) Educação; (6) Entretenimento; (7) Entretenimento (puro); (8) Entretenimento Informativo; (9) Informação; (10) Informação (pura); (11) Informação Comercial; (12) Informação com Entretenimento; (13) Institucional e (14) Valorização Cultural. Creio que também aqui se confirma a subjetividade da tendência pessoal dos classificadores ao criar funções demasiado literais para operacionalizar este conceito.

Parte-se do pressuposto de que as funções da programação não são dissociáveis dos géneros televisivos que compõem as grelhas de programação mas também das especificidades do conteúdo, considerando-se que se verifica, na maioria dos casos, uma correspondência entre estas duas dimensões. Contudo, reconhecendo-se, enfim, que essa correspondência nem sempre é perfeita, a presente análise não dispensou a verificação das funções associadas a cada programa tendo em conta a opção metodológica tomada *vis-à-vis* a inaplicabilidade de qualquer um dos sistemas de classificação aqui citados e, fundamentalmente, a inexistência de categorias de nível macro e médio para os programas culturais por parte da RTP.

Tendo em conta o acima exposto, repito que não foi possível aplicar em definitivo qualquer um dos sistemas, ERC ou RTP. Tentar efetuar correspondência entre os alinhamentos da RTP Internacional e o sistema de classificação da ERC implicaria, primeiro, estar a assumir a compreensão absoluta de ferramentas de análise que não estão ao alcance desta investigadora solitária e, segundo, assumir a tarefa de reclassificar oito anos de emissão, praticamente conteúdo a conteúdo. Por outro lado, utilizar o sistema da RTP sem que este possua uma categoria cultural de nível macro e intermédio, evidentemente não servia os propósitos centrais deste trabalho. A opção tomada (Fig.7.1.3) foi o resultado de muita ponderação sobre a aplicação de várias tentativas sobre o qual melhor método a utilizar e acredito que a escolha está inteiramente justificada não só à luz das limitações encontradas como também face aos resultados apresentados.

⁵⁴ A al. a), art.º 9.º da Lei da Televisão.

Figura 7.1.3
Tabela Metodológica Final - Aplicação aos Gêneros Culturais

Gênero Cultural	Opções Metodológicas de Seleção das Unidades de Análise
Artes e Ciências	Aceitaram-se <u>todas as ocorrências</u> . Inclui-se aqui as ocorrências classificadas em <u>gênero Teatro/Macrogênero Ficção</u> as quais foram autonomizadas.
Documentário	Aceitaram-se <u>todas as ocorrências</u> .
Entretenimento Cultural	Aceitaram-se as <u>ocorrências</u> com uma <u>intenção ou valorização cultural</u> e outras pertencentes ao gênero <u>Espetáculos</u> consideradas como tendo um contexto cultural popular local.
Informação Cultural	Aceitaram-se as <u>ocorrências</u> com uma <u>intenção ou valorização cultural</u> . Incluíram-se os programas selecionados e classificados como <u>Atualidades</u> para harmonizar e corrigir incoerências.
Musicais	Aceitaram-se <u>todas as ocorrências</u> .
Educativos	Aceitaram-se <u>todas as ocorrências</u> exceto os programas cujo conteúdo pertence a um gênero de entretenimento. Incluíram-se <u>todas as ocorrências de A Voz Do Cidadão</u> classificadas como Religiosos/Institucional.

8. O GÉNERO CULTURAL NA EMISSÃO DA RTP INTERNACIONAL

A análise foi feita com base nas grelhas de alinhamentos da emissão da RTP Internacional ao longo de 8 anos, de 2008 a 2015.

Foi autonomizada a totalidade dos programas de alguns dos Macrogéneros utilizados pela RTP entendidos, na sua totalidade, como culturais. Selecionou-se um conjunto de programas classificados noutros Macrogéneros segundo a sua intenção e/ou valorização cultural, e também de acordo com as conclusões apuradas por via da visualização direta de determinados programas que suscitaram dúvidas. A tabela supra (Fig.7.1.3) resume estas opções.

Foram excluídos todos os programas enquadrados dentro do Macrogénero Desporto e o Macrogénero Infantil.

Assim:

Do Macrogénero Documentário, aceitaram-se todos os programas. São assim classificados programas como, por exemplo, *A Alma e a Gente* (2008 a 2010) série documental de José Hermano Saraiva que retrata a biografia de um português notável e a sua contribuição para a história de Portugal; *Portugueses pelo Mundo*, série que documenta o quotidiano de cidadãos portugueses que escolheram outro país para viver (2010 a 2015) ou o magazine *Contacto* (2008 a 2014), um programa feito a partir das comunidades portuguesas para todo o mundo lusófono.

Do Macrogénero Artes e Ciências aceitaram-se todos os programas e adicionaram-se as ocorrências classificadas como Macrogénero Ficção/Género Peças de Teatro (Fig. A.3). Encontramos aqui programas como *História a História* (2014 e 2015) programa que retrata, nos próprios locais dos acontecimentos, alguns dos grandes momentos da História do país, ou *Janela Indiscreta*, magazine sobre cinema, presente desde 2010. Também se verificam programas dedicados às Ciências como o *Geração Cientista* (desde 2008) ou *Com Ciência* (desde 2011), programas dedicados à Literatura como *Literatura Agora* (2015) e ainda programas dedicados à saúde (classificados como ciências humanas) como *Com a Saúde não se Brinca* (2010) ou *Especial Saúde* (2011), este último, um programa informativo de debate e de análise onde se analisam questões de inovação em saúde.

Do Macrogénero Atualidades verificou-se a existência de programas cujo contexto bem como a sua função/intenção permitiram a sua seleção. Para efeitos de economia/harmonia de análise, as ocorrências selecionadas foram transportadas para o Género Informação Cultural. Assim, por exemplo, os microprogramas dedicados a *Guimarães 2012* que neste ano foi Capital Europeia da Cultura; programas como *Biosfera* (que no ano 2008 estava classificado como Atualidades mas em anos posteriores, 2009, 2010, 2011, 2012, surgia como Informação Cultural) e, da mesma forma, todas as ocorrências do programa *Câmara Clara* (2008 a 2012), foram transportados para aqui.

Do Macrogénero Informação, além dos programas que migraram do Macrogénero Atualidades, selecionaram-se os programas classificados pela RTP como tendo uma intenção cultural ou valorização cultural. Cabem neste género programas como *Biosfera*, magazine semanal sobre questões ambientais, (2008 a 2015), talk-shows como *Mar de Letras*, talk-show com escritores e autores lusófonos (2012 a 201) ou *Bairro Alto*, talk-show com artistas, ensaístas, cientistas, gente da moda e do espetáculo, gente do pensamento e da ação, portugueses e estrangeiros (2009 a 2013).

Do Macrogénero Entretenimento foram selecionados os programas com uma intenção cultural ou valorização cultural ou ainda programas que não estando assim operacionalizados, apresentam características importantes do ponto de vista cultural popular local e/ou universal, utilizando muitas vezes o recurso à visualização. Assim, os *Festivais da Canção* e da *Eurovisão da Canção* (presente em todos os anos); festivais de música como *Oeiras Cool Jazz* em 2012 ou o *Festival Músicas do Mundo em 2015*, concertos musicais, espetáculos circenses como *Circo de Natal* (presente em todos os anos), manifestações de cultura popular como as *Marchas de Lisboa* ou festivais de folclore, e talk-shows como *Contentor 13* (2015) especialmente dedicado à vida e obra de escritores, foram selecionados como unidade de análise do género cultural.

Do Macrogénero Musicais, aceitaram-se todos os programas assim classificados por pertencerem ao universo musical, ainda que com fronteiras muito latas. De facto, aqui incluídos estão não só concertos, séries de programas de vários concertos como *Palcos* (2015), ou programas dedicados a uma determinada área musical como *Fado Maior* (2011), *O Povo que Ainda Canta* (2015), programa documental dedicado à música popular local portuguesa com convidados que falam sobre as tradições orais e a música popular e *Super-Diva, Ópera para Todos* (2014), um programa sobre ópera com um enquadramento cruzado com outros estilos musicais num fantástico exercício de democratização de um dos estilos musicais mais eruditos de sempre, mas também séries de programas dedicados aos denominados tops ou tabelas, por exemplo, *Músicas d'África*, *Top Crioulo* e *Portugal no Top* em vários anos, e ainda outros mais diversos como *Poplusa* (2012), programa de encontro entre o passado e o presente da música portuguesa (2012) ou *Percursos* (2012), programa de homenagem a artistas da música portuguesa.

Do Macrogénero Ficção, aceitaram-se todos os programas classificados dentro do Género Peças de Teatro e enquadraram-se as poucas ocorrências encontradas dentro do Género Artes e Ciências (semelhante ao sistema de classificação da ERC).

Do Macrogénero Educativos, aceitaram-se todos os programas com exceção dos seguintes: *Ingrediente Secreto*, *Entre Pratos* e *Barrigas de Amor*. Os primeiros dois são programas de culinárias (receitas) centrados na pessoa do apresentador e seus convidados com um diminuto contributo cultural gastronómico e/ou educativo, ao contrário de outros programas como *O Sentido do Gosto* (2008 e outros) ou a *Hora de Baco* (2011 e outros), também classificados como Educativos, ou até *Uma Mesa*

Portuguesa Com Certeza (2014), apresentado como um *doc-reality* sobre a gastronomia portuguesa no mundo e classificado como Entretenimento. Já o programa *Barrigas de Amor*⁵⁵ é tendencialmente mais voltado entretenimento do que propriamente para a educação na área da saúde, como por exemplo, o programa *Minuto Saudável* (2011 e outros) ou *Vida Positiva* (2008 e outros). Também se encontram aqui programas classicamente educativos como *Cuidado Com a Língua* (presente em todos os anos), *Ler Mais* (2011 e outros) ou *Universidade Aberta* (2011), etc. Da mesma forma, verifica-se a presença de conteúdos infantis como *A Ilha das Cores* (2012) e *Gombby* (2012), também estão classificados como Educativos. Aqui incluídos estão também programas dedicados a outras áreas do saber como a ciência, *5 Minutos Com Um Cientista* ou a tecnologia, *Tech3* (2015).

Do Macrogénero Religiosos intencionalmente e por uma questão de coerência e clareza na análise, filtraram-se todos os programas do provedor do telespectador, *A Voz do Cidadão* (presente em todos os anos), classificados pela RTP como género Institucional e agruparam-se ao Macrogénero Educativos.

Estão excluídos os programas publicitários (publicidade; televentas; autopromoção) e os separadores de programas e outros elementos indicativos da estação como a continuidade).

Em resumo, face à inexistência de um Macrogénero ou Género Cultural estas foram as opções metodológicas assumidas tendo em conta também a verificação de outros conceitos operacionalizantes como a Intenção do Conteúdo e ainda o recurso à própria visualização dos programas. Aceita-se que estas serão opções passíveis de discussão pois os casos em que foi necessário recorrer a uma análise discursiva do conteúdo pertencem a escolhas efetuadas sobre uma classificação já existente as quais, pese embora as inferências já tomadas, não se quis questionar. Contudo como já foi referido, nas grelhas de alinhamento da RTP Internacional, por diversas vezes se deparou com a subjetividade da classificação inerente ao critério humano dos profissionais que assumem essas tarefas. Por exemplo, o programa *Consigo*, magazine feito em parceria com o Instituto Nacional para a Reabilitação com o objetivo de mostrar o que de bom se vai fazendo pela inclusão dos cidadãos com necessidades especiais, está classificado em 2015, 2013 e 2012 como Macrogénero Educativo. Em 2011 aparece classificado como Macrogénero Documentário e, finalmente, em 2010, 2009 e 2008 como Macrogénero Informação com uma intenção Cultural.

Nesse sentido, o método encontrado para efetuar a análise de conteúdo não alterou qualquer conceito na classificação da RTP já existente⁵⁶. Apenas selecionou, nos casos referidos, as ocorrências que

⁵⁵ Na página web da RTP, este programa apresenta-se da seguinte forma: *A oferta de espaços dedicados às grávidas, às mães e às famílias duplicará e o entretenimento irá arrebatat os corações mais sensíveis*. Disponível em <http://www.rtp.pt/programa/tv/p24014>.

⁵⁶ Com uma única exceção: em 2014, espetáculo musical Concerto de Natal - Orquestra Clássica da Madeira emitido a 01/01/2014 estava erroneamente classificado como Macrogénero Educativo pelo que se “transferiu” essa única ocorrência para o Macrogénero Musicais.

pediram uma análise mais profunda por forma a aceitá-las como conteúdos enquadráveis no género cultural ou, pelo contrário, a afastá-las.

Indicadores de Análise

Amostra - a análise incide sobre as grelhas de programação do serviço de programas de âmbito internacional do operador de serviço público, RTP Internacional, com base nos alinhamentos anuais da programação entre os anos 2008 a 2015.

No total, a análise compreende a programação emitida pela RTP Internacional patente em 8 grelhas de alinhamento de programação anuais, resultando em 7 anos, 11 meses, e 30 dias de programação, o equivalente a 64279h25m04s horas de emissão (duração) e 117474 programas (frequência).

Quadro 8.1
Duração e Frequência dos Programas da RTP Internacional 2008-2015

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Total Duração	7994:35:30	8065:26:40	8079:20:18	8074:45:15	8056:05:55	8081:02:06	7937:41:33	7990:27:47	64279:25:04
Total Frequência	15640	14915	14563	14512	13868	14553	14074	15349	117474

- Unidade de Análise - cada programa apresentado nas grelhas de programação da RTP Internacional como espaço autónomo. São excluídos da análise os espaços dedicados a Publicidade/Televentas e Autopromoções, bem como outros elementos de antena, como separadores, indicativos de estação, etc.
- Base de Dados - a análise foi feita com base na codificação existente de todos os programas da grelha de programação da RTP Internacional desde 2008, utilizando o software GMediaTx da GSoft.
- Indicadores - a análise partiu da codificação de todos os programas emitidos durante cada ano realizada de acordo com os seguintes indicadores:
 - Duração: indica a duração total do programa (hh:mm:ss);
 - Nome do programa: indica o nome do programa tal como se apresenta no genérico;
 - Macrogénero do programa: indica a classificação dos programas no Nível Macro de acordo com os fins principais que prosseguem no relacionamento com o público;
 - Género do Programa: indica a classificação dos programas no Nível Intermédio de acordo com os formatos de conceção e apresentação que permitem a sua diferenciação dentro do Nível Macro;

- Intenção do Programa: indica o fim essencial que os programas visam prosseguir na relação com o público.
- Origem do Programa: indica a qualidade nacional/internacional dos programas tendo em conta o país de origem da produção.
- Produção/Aquisição do Programa: indica a qualidade interna da produção dos programas consoante a sua produção/aquisição tenha tido origem na direção da RTP Internacional ou migrado dos restantes canais da RTP.
- Processo de codificação e fontes - para além dos registos do software GMediaTx, a análise foi complementada com a verificação direta de alguns programas incluídos na amostra quando a sua classificação em qualquer um dos indicadores suscitou dúvidas.

Notas: (i) A elaboração dos gráficos de apoio privilegia o indicador de medida Duração uma vez que este é o indicador que melhor espelha o peso da relevância de cada um dos géneros na totalidade da programação⁵⁷; (ii) todas as referências à descrição de alguns dos programas referidos resultam da composição textual tal como encontrada na página web da programação da RTP. São textos que ao descreverem brevemente o programa (apresentam-no), contextualizam-no e produzem o sentido que RTP deseja.

8.1. Análise global

No que diz respeito à programação, neste período de análise, o Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão assinado em 2008 (CCSPTV), estipulava que a RTP Internacional deveria incluir, no mínimo, o seguinte⁵⁸:

- Espaços de informação, com difusão em horário de grande audiência no país de receção, podendo para o efeito recorrer a noticiários de outros serviços de programas da Concessionária;
- Espaços noticiosos sobre os principais acontecimentos ocorridos no âmbito das comunidades portuguesas no estrangeiro;
- Espaços regulares de informação sobre a atividade política nacional com incidência nas comunidades portuguesas, que tenha em conta a pluralidade e a representatividade dos partidos políticos com assento nas instituições parlamentares;
- Espaços de informação sobre a atividade de individualidades ou organizações presentes nas comunidades portuguesas;
- Espaços de divulgação e promoção da cultura, património e território de Portugal e das suas potencialidades económicas e turísticas;

⁵⁷ Método adotado pela ERC.

⁵⁸ Cláusula 11^a, n^{os} 6, 7 e 8.

- Espaços dedicados a programas de educação e formação especialmente dirigidos à aquisição ou consolidação de competências em língua e cultura portuguesa.

Deveria ainda:

- Promover e divulgar formas e eventos culturais que constituam fatores de identidade e representação dos países de língua portuguesa e das comunidades.
- Assegurar a cobertura informativa dos principais acontecimentos nas respetivas áreas geográficas, promovendo designadamente o debate sobre as diferentes realidades políticas, sociais e culturais.

É evidente que este contrato pretendeu dar um relevo especial aos programas do género informativo, colocando, porém, algum ênfase na educação e formação de competências em língua portuguesa e na divulgação de manifestações culturais *que constituam fatores de identidade e representação dos países de língua portuguesa e das comunidades*. Partindo destas premissas, procedeu-se à análise da programação deste canal durante 8 anos (de 2008 a 2015),

Dentro do período compreendido, as grelhas de programação da RTP Internacional totalizaram 64279h25m04s horas de emissão e 117474 programas. Estas grelhas incluem 11 Macrogéneros dos quais se destacam os conteúdos de Informação e, na sua senda, os conteúdos de Entretenimento.

Quadro 8.1.1
Duração dos Macrogéneros da RTP Internacional 2008-2009

Macrogénero	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total	Total %
Atualidades	144:34:01	11:11:49	0:30:54	0:00:00	6:32:45	24:54:41	105:01:17	120:13:40	412:59:07	0,6%
Artes e Ciências	81:40:18	15:59:11	73:59:43	54:00:33	59:24:32	113:38:55	118:39:59	117:44:50	635:08:01	1,0%
Desporto	275:08:40	269:20:15	280:43:38	351:50:51	350:28:12	367:08:00	352:40:40	368:29:44	2615:50:00	4,1%
Documentário	1022:29:33	784:00:25	793:21:55	634:12:37	439:24:07	499:24:33	482:56:32	388:38:40	5044:28:22	7,8%
Educativos	233:05:24	292:05:25	261:46:09	269:32:03	229:13:58	234:15:57	64:22:34	136:06:31	1720:28:01	2,7%
Entretenimento	2471:45:31	2651:37:01	2883:45:33	2920:56:19	3016:52:23	2842:35:46	2235:30:08	2120:41:41	21143:44:22	32,9%
Ficção	737:15:03	670:48:31	376:44:59	389:27:57	425:20:48	544:42:05	1021:41:35	941:15:16	5107:16:14	7,9%
Infantil	59:02:50	115:53:10	133:10:35	217:29:20	206:22:25	175:24:34	6:25:54	53:04:23	966:53:11	1,5%
Informação	2812:02:46	3090:56:52	3042:49:22	3038:35:23	3041:22:39	2987:57:12	3241:49:28	3515:31:01	24771:04:43	38,5%
Musicais	76:49:17	54:54:46	111:57:46	92:51:34	197:44:27	207:47:05	215:20:16	139:06:29	1096:31:40	1,7%
Religiosos/Institucional	80:30:20	108:39:15	120:29:44	105:48:38	83:19:39	83:13:18	93:13:10	89:35:32	764:49:36	1,2%
Em Branco	0:11:47								0:11:47	0,0%
Total	7994:35:30	8065:26:40	8079:20:18	8074:45:15	8056:05:55	8081:02:06	7937:41:33	7990:27:47	64279:25:04	100,0%

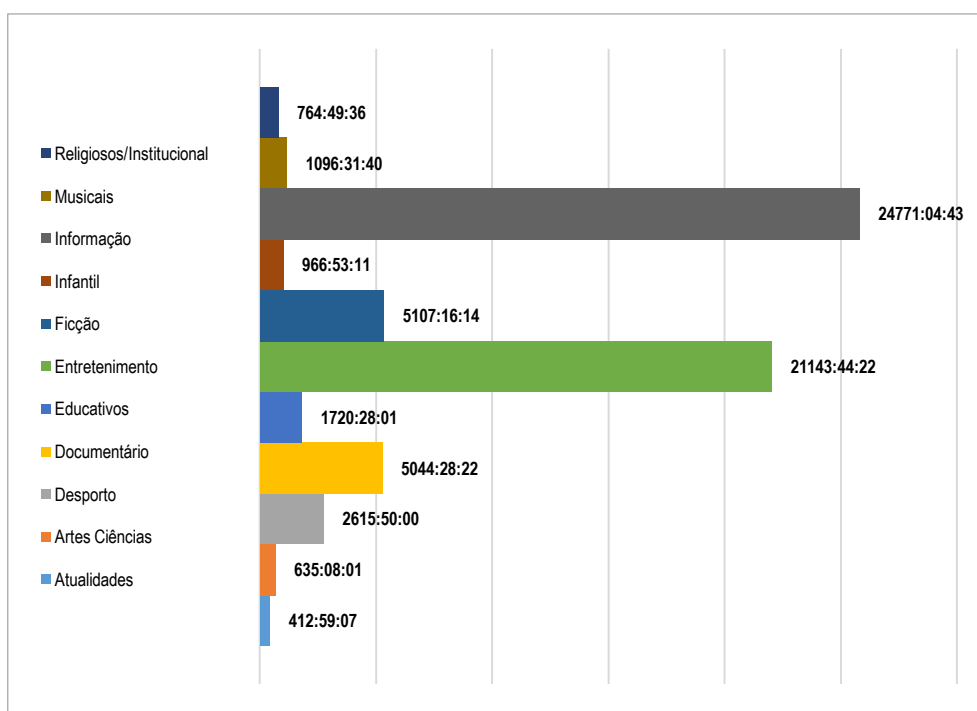
Entre 2008 e 2015 os conteúdos de **Informação** somaram 24771h04m43s (38,5%), aproximadamente apenas mais 6% que os conteúdos de **Entretenimento** que perfizeram 21143h44m22s (32,9%). Juntos, os programas destas duas grandes áreas televisivas somam um total de 71,4% da programação da RTP Internacional durante o período considerado.

A **Ficção** foi terceiro género mais emitido com 5107h16m14s (7,9%). A diferença entre a Ficção e a Informação situa-se nos 30,6% e, em relação ao Entretenimento, nos 25% (menos 19663h48m29s que a frequência do Macrogénero Informação e menos 16036h28m08s que a frequência do Macrogénero Entretenimento).

Com apenas menos 1% que a Ficção estão os **Documentários** que tiveram um total de emissão de 5044h28m22s (7,8%).

O **Desporto** teve, ao longo destes 8 anos, um total de 2615h50m00s horas de emissão (4,1%).

Gráfico 8.1.1
Duração dos Macrogéneros RTP Internacional 2008-2009



Na *liga dos últimos* estão 5 géneros que no total não somam mais que 5596h49m36s (8,7%). De facto, os géneros Atualidades, Artes e Ciências, Educativos, Infantil e Religiosos/Institucionais representam menos 19174h15m07s que o primeiro género mais emitido (Informação) e menos 15546h54m46s que o segundo género mais emitido (Entretenimento) e, combinados, quase tanto como a Ficção ou o Documentário.

Destes últimos, o género **Educativos** é o que apresenta mais horas de emissão com 1720h28m01s (2,7%). Os programas classificados como **Atualidades** são os que, no conjunto, têm a expressão mais reduzida de todos, apenas 0,6%, ou seja, 412h59s07m.

Com menos de 2% cada, seguem-se os géneros **Artes e Ciências** com 1,0% e 635h08m01s, os **Infantis** com 1,5% e 966h53m11s, **Musicais** com 1,7% e 1096h31m40s e, finalmente os **Religiosos/Institucionais** com 1,2% e 764h49m36s.

Assim, é interessante verificar que, apesar dos objetivos programáticos definidos no CCSPTV serem especialmente centrados na emissão de espaços informativos e noticiosos, a diferença entre a duração deste género e o Entretenimento é muito pouca, o que comprova que o Entretenimento enquanto género preferencial dos programadores tem bastante peso no panorama de uma televisão generalista.

8.1.1. Idioma de Emissão

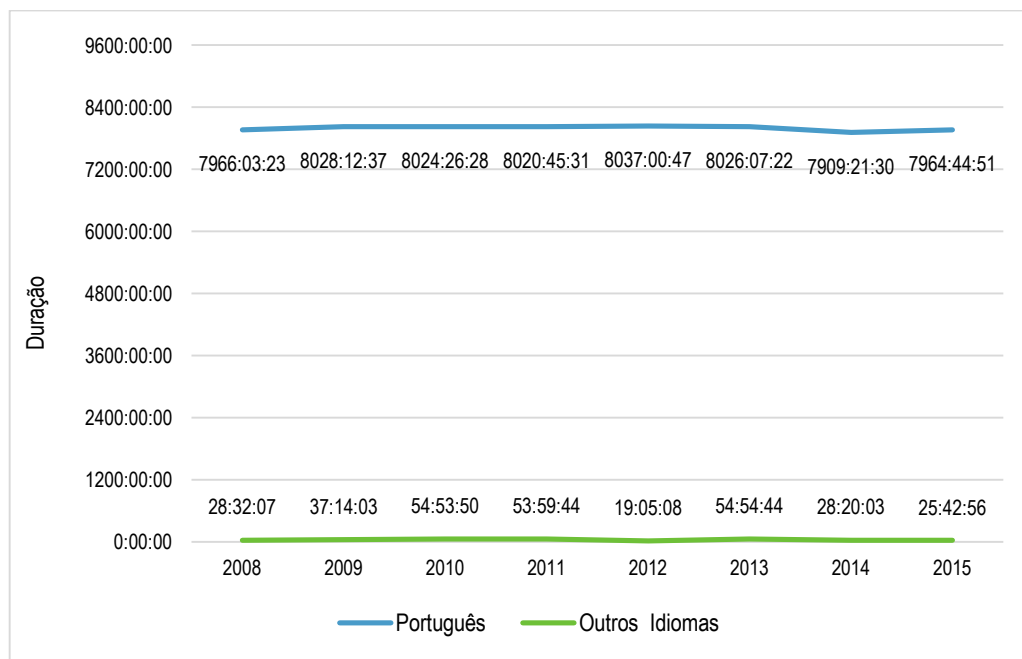
Quadro 8.1.2
Duração e Frequência do Idioma de Emissão da RTP Internacional 2008-2015

Duração	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total	
Português	7966:03:23	8028:12:37	8024:26:28	8020:45:31	8037:00:47	8026:07:22	7909:21:30	7964:44:51	63976:42:29	99,5%
Outros Idiomas	28:32:07	37:14:03	54:53:50	53:59:44	19:05:08	54:54:44	28:20:03	25:42:56	302:42:35	0,5%
Total	7994:35:30	8065:26:40	8079:20:18	8074:45:15	8056:05:55	8081:02:06	7937:41:33	7990:27:47	64279:25:04	100%
Frequência										
Português	15505	14790	14435	14345	13849	14370	14049	15305	116648	99,3%
Outros Idiomas	136	126	129	168	20	184	26	22	811	0,7%
Total	15640	14915	14563	14512	13868	14553	14074	15349	117474	100,0%

Basta um breve olhar sobre o Quadro 8.1.2 (supra) e o Gráfico 8.1.2 (infra) para que se confirme toda a relevância que a língua portuguesa assume na estratégia da RTP Internacional como forma de projetar “*um olhar português sobre o mundo, favorecendo a cooperação entre os países de língua oficial portuguesa e promovendo a ligação às comunidades portuguesas residentes no estrangeiro*”⁵⁹ e, no mesmo sentido, tal como está estipulado no CCSTV já mencionado. Efetivamente, a ocorrência de programas em língua estrangeira não chega a atingir 1% no total de programação.

⁵⁹ Resolução do Conselho de Ministros n.º 188/2008 - Estratégia de promoção da língua portuguesa.

Gráfico 8.1.2
Duração do Idioma de Emissão da RTP Internacional 2008-2015



Em 2015 apenas 22 programas em língua estrangeira tiveram lugar entre os 117474 do período analisado. Trata-se de programas como o *Festival Eurovisão da Canção* ou emissões religiosas especiais como a *Missa Presidida Pelo Papa Francisco Em Cuba*.

Assim, a prevalência da língua portuguesa neste serviço de programas, tal como é estabelecido no Contrato de Concessão entre o Estado Português e a Concessionária é inequívoca, e, a julgar apenas por este indicativo, a sua promoção através da veiculação de programas em português é assegurada.

8.1.2. Origem dos Programas

Atendendo ao quadro e gráfico apresentados, verificamos que de 2008 a 2015 a lógica dos programas emitidos na RTP Internacional do ponto de vista da origem (país) sofreu alterações significativas, passando de 797h3446s de duração da emissão dos conteúdos de origem estrangeira em 2008, (1825 programas), para apenas 40h55m49s (44 programas) em 2015.

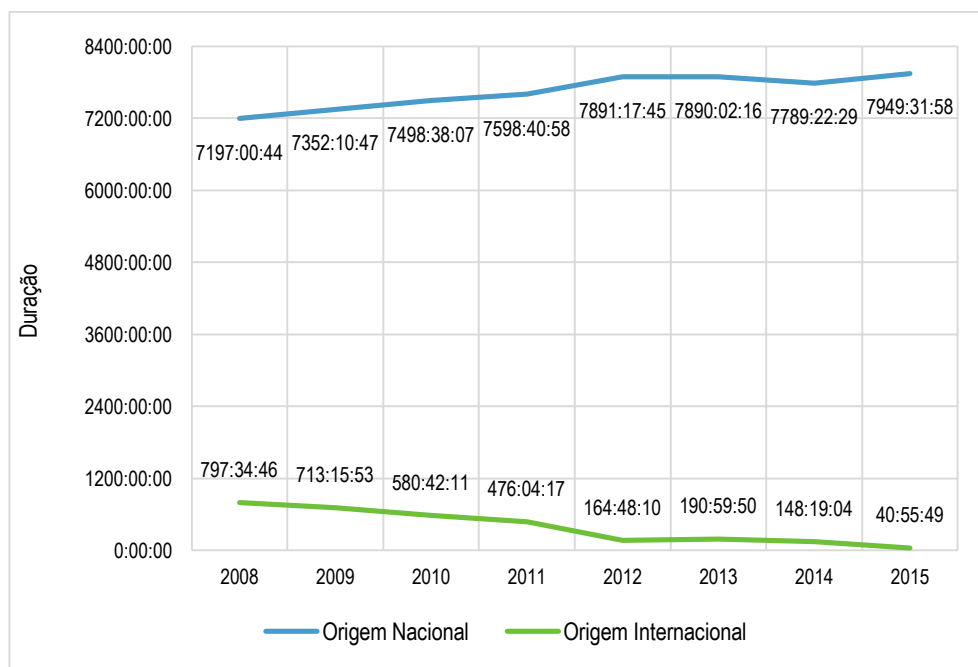
Em grande parte, esta discrepância deve-se ao cancelamento da continuidade do programa *Contacto* que terminou em 2014. Entre 2008 e 2014 foram emitidos 2896 programas deste magazine

correspondendo a um total de 1386h18m20s⁶⁰ e significando nada menos que um terço de toda a emissão de origem não nacional durante estes oito anos.

Quadro 8.1.3
Duração e Frequência da Origem da Emissão da RTP Internacional 2008-2015

Duração	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total	
Nacional	7197:00:44	7352:10:47	7498:38:07	7598:40:58	7891:17:45	7890:02:16	7789:22:29	7949:31:58	61166:45:04	99,5%
Não Nacional	797:34:46	713:15:53	580:42:11	476:04:17	164:48:10	190:59:50	148:19:04	40:55:49	3112:40:00	0,5%
Total	7994:35:30	8065:26:40	8079:20:18	8074:45:15	8056:05:55	8081:02:06	7937:41:33	7990:27:47	64279:25:04	100%
Frequência										
Nacional	13808	13347	13344	3406	13568	14101	13769	15305	110648	94%
Não Nacional	1825	1568	1219	1106	300	452	305	44	6819	6%
Total	15640	14915	14563	14512	13868	14553	14074	15349	117474	100,0%

Gráfico 8.1.3
Duração da Origem da Produção da RTP Internacional 2008-2015



⁶⁰ Não foram contabilizados os programas do magazine Contacto classificados com o país de origem Portugal.

Estes números vão ao encontro dos resultados apurados na análise anterior feita ao idioma de emissão e permitem deduzir que a pouca aquisição de programas estrangeiros, quando colocada do ponto de vista das comunidades portuguesas e/ou países de expressão portuguesa, mostra que a aposta em emitir conteúdos oriundos desses países como forma de espelhar essas mesmas dinâmicas identitárias e culturais não tem sido o objetivo deste serviço.

Nesse sentido, que 90% da programação da RTP Internacional seja em português não significa que a origem dos seus programas tenha que ser necessariamente caseira, já que, como foi referido, são mais 8 os países de língua oficial portuguesa.

Porém, como vimos, a RTP Internacional não tem uma obrigação legal em fazê-lo uma vez que o Contrato de Concessão referente ao período analisado, não estipula que a RTP Internacional deva adquirir programas junto desses países e/ou comunidades, mas sim promover e divulgar acontecimentos, formas e eventos que ocorram ou representem essas áreas geográficas.

8.1.3. Canal de Produção/Aquisição

Sob uma outra perspetiva, é conveniente analisar qual a duração e ocorrência dos programas emitidos que foram produzidos ou adquiridos por iniciativa interna do próprio canal face ao total considerado para o universo de todos outros canais. Sabemos também de antemão, pela experiência empírica e também pela análise dos relatórios do Telespectador, que iremos encontrar muitos programas que derivam da lógica dos outros canais do universo RTP.

Quadro 8.1.4
Duração e Frequência dos Programas da RTP Internacional por canais de Produção/Aquisição 2008-2015

Duração	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Total Emissão	7994:35:30	8065:26:40	8079:20:18	8074:45:15	8056:05:55	8081:02:06	7937:41:33	7990:27:47	64279:25:04
P/A Outros Canais	6978:00:15	6941:49:32	7220:20:31	7568:19:20	7241:06:38	7553:25:06	7383:39:04	7528:16:29	58414:56:55
P/A RTPi	1016:35:15	1123:37:08	858:59:47	506:25:55	814:59:17	527:37:00	554:02:29	462:11:18	5864:28:09
%	13%	14%	11%	6%	10%	7%	7%	6%	9%
Frequência	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Total Emissão	15640	14915	14563	14512	13868	14553	14074	15349	117474
P/A Outros Canais	13604	12668	13020	13527	12563	13617	13040	14293	106332
P/A RTPi	2036	2247	1543	985	1305	936	1034	1056	11142
%	13%	15%	11%	7%	9%	6%	7%	7%	9%

Neste sentido, veja-se o quadro acima onde se apresentam os diferenciais em termos de Duração e Frequência de Programas.

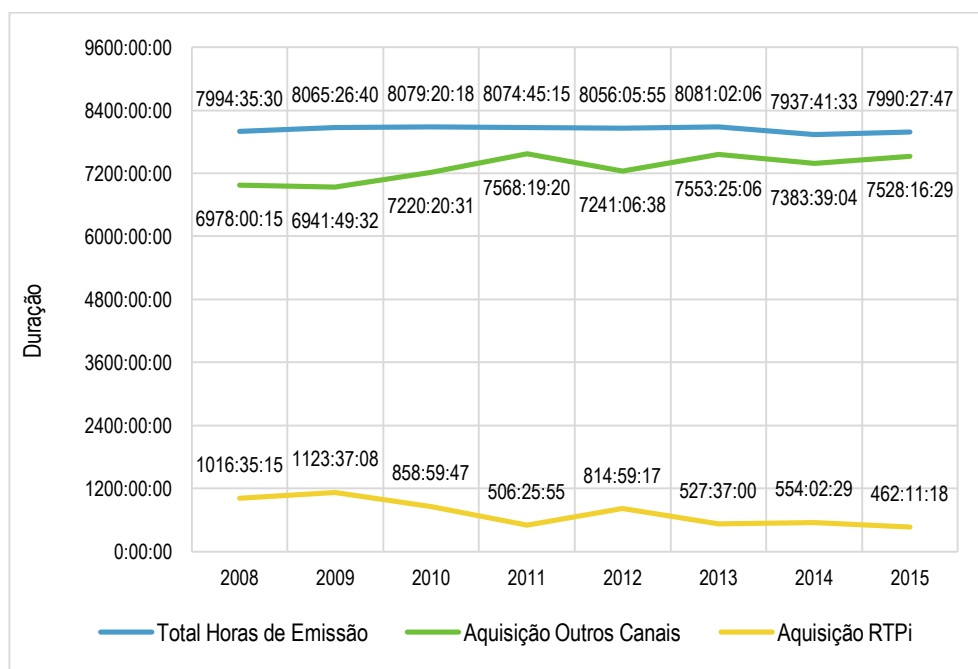
No total dos programas dos alinhamentos da RTP Internacional de 2008 a 2015, podemos verificar que apenas 9% nasceram de uma lógica de programação pensada *intencionalmente* no seio da direção da RTP Internacional.

2011 e 2015 foram os anos em que a RTP Internacional menos emitiu conteúdos originários de uma lógica própria. A diferença traduz-se em mais de duas mil horas de diferença nos melhores casos, i.e. 2008 e 2009 (2036 e 2247 ocorrências respetivamente), entre as duas mil horas e as mil horas em 2010 (1543 ocorrências), 2012 (1305 ocorrências), 2014 (1034 ocorrências) e 2015 (1056 ocorrências), e para menos de mil horas em 2011 e 2013 (985 e 936 ocorrências respetivamente).

Verifica-se ainda que a tendência é para a sua diminuição uma vez que em 2015 apenas 462h11m18s horas de emissão correspondem a programas produzidos/adquiridos pelos serviços da direção deste canal, ano de menor incidência.

Um óbvio fator que poderia ajudar a compreender esta situação poderá estar no orçamento adstrito à grelha da RTP Internacional, mas os dados financeiros que suportariam esse cruzamento de perspetivas não foram obtidos com o rigor desejado para sobre eles retirar inferências.

Gráfico 8.1.4
Duração da Produção/Aquisição da RTP Internacional 2008-2015



Assim, além de que este capítulo encerra em si mesmo uma evidente constatação, refira-se ainda que, relativamente ao ano de 2015, dos programas produzidos nesse mesmo ano, a grande maioria diz respeito ao Desporto (235 ocorrências e 123h54m39s). De facto, 3 ocorrências são programas produzidos em 1999 (3h35m10s) e referem-se a filmes (género Ficção). 68 ocorrências são programas do género Documentário e produzidos em 2012 (29h05m10s); 58 programas foram produzidos em 2013 (28h17m42s) e são em grande maioria conteúdos do género Informação e 109 ocorrências são programas produzidos em 2014 (66h21m45s) variando entre conteúdos do género Documentário, Musicais e Artes e Ciências. Estes números ajudam a aprofundar a nossa compreensão sobre a estratégia da RTP Internacional enquanto serviço de programas independente refletindo que em 2015 apenas foram adquiridos/produzidos e emitidos 818 programas correspondendo a 333h05m30s horas de emissão.

O total dos programas produzidos/adquiridos pelos restantes canais da RTP em 2015 foi de 5691h23m37s horas de emissão (10767 programas). Assim, neste ano, apenas 6% dos programas tiveram origem interna nos serviços da direção da RTP Internacional.

8.2. Análise ao Macrogénero Cultural

A contínua promoção e construção de valores culturais que sirvam de ligação entre o país e as comunidades portuguesas residentes no estrangeiro é, para além da divulgação da língua, a base da existência, não só da RTP Internacional como também dos canais generalistas da RTP, RTP1 e RTP2, os quais, em função do cumprimento do Contrato de Serviço Público de Televisão, são obrigados à promoção da cultura e conhecimento.

Na abordagem feita no Capítulo 6 do presente trabalho sobre televisão cultural/género cultural, constatou-se que em Portugal, a RTP 2 é o serviço de programas que existe como nicho da filosofia cultural da atividade televisiva dos operadores de sinal aberto, destacando-se obrigações de emissão de programas de componente cultural e formativa em áreas como a educação, a ciência a investigação e as artes. A RTP Internacional, durante o período considerado, por efeitos da aplicação do CCSPTV, estava obrigada a incluir na sua programação:

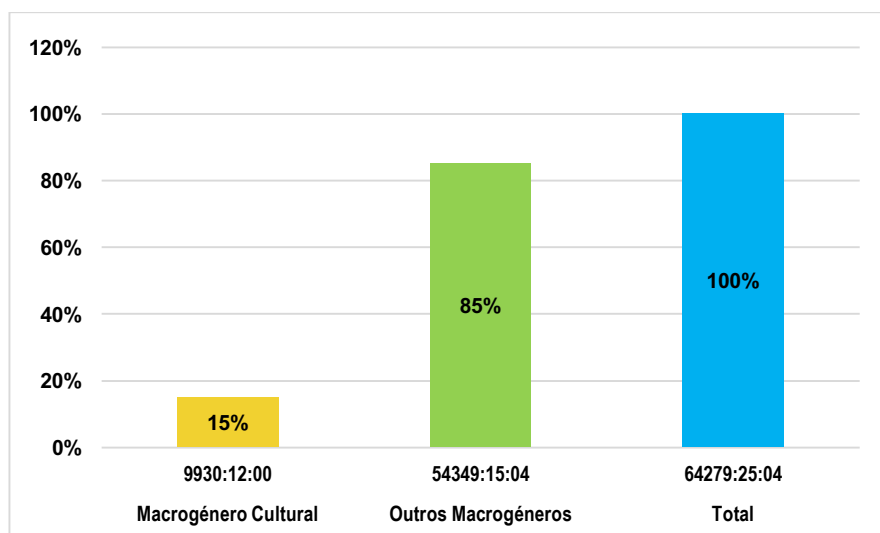
- Espaços de divulgação e promoção da cultura, património e território de Portugal e das suas potencialidades económicas e turísticas;
- Espaços dedicados a programas de educação e formação especialmente dirigidos à aquisição ou consolidação de competências em língua e cultura portuguesa. E ainda deveria:
- Promover e divulgar formas e eventos culturais que constituam fatores de identidade e representação dos países de língua portuguesa e das comunidades.
- Assegurar a cobertura informativa dos principais acontecimentos nas respetivas áreas geográficas, promovendo designadamente o debate sobre as diferentes realidades políticas, sociais e culturais.

Por forma a obter uma perspetiva sobre o grau de ocorrência dos programas culturais na emissão da RTP Internacional, adotou-se um método de análise dos programas que não encontra equivalência absoluta com o sistema de classificação da RTP uma vez que este não possui a categoria de Macrogénero e/ou género cultural. Foi então necessário elaborar um sistema de classificação que pudesse abrigar os conteúdos do género cultural e dessa forma, perceber a sua relevância no conjunto da emissão.

Do Macrogénero Cultural, no período compreendido entre 2008 e 2015, foram analisados **9930h10m00s** horas de emissão e **24070** programas.

Em síntese, os géneros **Artes e Ciências; Documentário; Educativos e Musicais** têm correspondência direta com os Macrogéneros utilizados pela RTP. Os géneros **Entretenimento Cultural e Informação Cultural** englobam programas selecionados de acordo com a sua intenção cultural e, em alguns casos, recorreu-se à verificação direta (visualização) dos programas por forma a inferir mais objetivamente sobre o seu contexto e intenção.

Gráfico 8.2.1
Incidência do Macrogénero Cultural no total da Emissão da RTP Internacional 2008-2015



O Gráfico 8.2.1, acima, mostra que, após a aplicação das opções metodológicas tomadas, a relevância do Macrogénero Cultural no total da emissão da RTP Internacional ao longo destes anos, corresponde a apenas 15% da mesma. Assim, 85% da emissão é ocupada por programas que pertencem aos restantes Macrogéneros, como o Desporto, o Entretenimento, o Infantil, a Informação, a Ficção e os Religiosos e Institucionais, e, como vimos anteriormente, o relevo está nos programas do género Informação e Entretenimento,

Quadro 8.2.1
Duração e Frequência Total dos Géneros Culturais RTP Internacional 2008-2015

Macrogénero Cultural	Duração		Frequência	
Artes e Ciências	659:32:03	6,6%	3542	14,7%
Documentários	5039:28:22	50,7%	11235	46,7%
Educativos	1602:14:41	16,1%	5789	24,1%
Entretenimento Cultural	508:58:10	5,1%	594	2,5%
Musicais	1097:28:23	11,1%	1478	6,1%
Informação Cultural	1022:30:21	10,3%	1432	6,0%
Total	9930:12:00	100%	24070	100%

O Quadro 8.2.1 mostra a duração e a frequência total dos programas do Macrogénero Cultural no cômputo dos oito anos e os Quadros 8.2.2 e 8.2.3 referem-se aos mesmos indicadores para cada ano considerado. No total, são **24070** programas correspondendo a **9930h12m00s** de duração, uma diferença de 54349h15m04s e a 93404 ocorrências face ao conjunto dos restantes Macrogéneros.

Quadro 8.2.2
Duração dos Géneros Culturais da RTP Internacional 2008-2015

Género	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		Total	
Artes e Ciências	85:45:06	5,5%	18:51:43	1,3%	77:33:02	5,0%	61:04:30	5,2%	56:07:45	5,4%	117:01:45	10,1%	118:39:39	12,1%	124:28:33	11,6%	659:32:03	6,6%
Documentários	1022:29:33	65,6%	784:00:25	56,1%	793:21:55	51,2%	634:12:37	53,5%	439:24:07	42,6%	499:24:33	43,1%	482:56:32	49,2%	383:38:40	35,9%	5039:28:22	50,7%
Educativos	221:19:04	14,2%	257:22:21	18,4%	269:33:42	17,4%	236:32:46	20,0%	219:49:13	21,3%	208:54:07	18,0%	47:55:06	4,9%	140:48:22	13,2%	1602:14:41	16,1%
Entretenimento Cultural	66:56:13	4,3%	71:24:39	5,1%	81:33:38	5,3%	68:45:25	5,8%	53:31:44	5,2%	43:33:08	3,8%	78:32:02	8,0%	44:41:21	4,2%	508:58:10	5,1%
Musicais	76:49:17	4,9%	54:54:46	3,9%	111:57:46	7,2%	92:51:34	7,8%	197:44:27	19,2%	207:47:05	17,9%	216:16:59	22,0%	139:06:29	13,0%	1097:28:23	11,1%
Informação Cultural	85:30:19	5,5%	211:35:09	15,1%	216:37:57	14,0%	90:57:51	7,7%	64:31:38	6,3%	82:19:32	7,1%	33:44:15	3,8%	237:13:40	22,2%	1022:30:21	10,3%
Total	1558:49:32	100%	1398:09:03	100%	1550:38:00	100%	1184:24:43	100,0%	1031:08:54	100,0%	1159:00:10	100,0%	978:04:33	100,0%	1069:57:05	100,0%	9930:12:00	100,0%

O género **Documentário** apresenta o maior número de programas emitidos, 11235 num total de 5039h28m22s horas de emissão ocupando quase 50% do total das grelhas de alinhamento da RTP Internacional durante 8 anos. De 2008 a 2015, este género destaca-se em grande medida dos restantes embora se verifique uma clara tendência para a diminuição da sua representatividade, certamente devido ao desaparecimento do programa *Contacto* que somou 1619h29m08 horas de emissão correspondendo a 3380 ocorrências. Também encontramos a partir de 2010, 220h56m51s horas e 316 episódios de *Portugueses pelo Mundo* ou, desde nos anos anteriores, programas documentais migrados da RTP África como *Nha Terra Nha Cretcheu* com 67h56m53s horas e 140 emissões.

Quadro 8.2.3
Frequência dos Géneros Culturais da RTP Internacional 2008-2015

Género	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		Total	
Artes e Ciências	503	13%	54	2%	200	6%	423	15%	905	30%	599	22%	486	22%	372	13%	3542	14,7%
Documentários	2218	55%	1716	57%	1861	56%	1257	44%	857	28%	919	34%	997	44%	1410	49%	11235	46,7%
Educativos	983	25%	788	26%	718	22%	753	26%	849	28%	730	27%	290	13%	678	23%	5789	24,1%
Entretenimento Cultural	86	2%	90	3%	88	3%	67	2%	59	2%	42	2%	103	5%	59	2%	594	2,5%
Musicais	103	3%	73	2%	134	4%	207	7%	232	8%	249	9%	313	14%	167	6%	1478	6,1%
Informação Cultural	107	3%	310	10%	328	10%	140	5%	132	4%	158	6%	60	3%	203	7%	1438	6,0%
Total	4000	100%	3031	100%	3329	100%	2847	100%	3034	100%	2697	100%	2243	100%	2889	100%	24070	100%

O género **Educativos** surge em segundo lugar na tabela com 1602h14m41s horas de emissão, correspondendo a 16,1% do total dos géneros culturais com 5789 programas emitidos. Em todos os anos vemos presente, por exemplo, o programa do Provedor do Telespectador da RTP, *Voz do Cidadão* com 306 ocorrências e 75h45m38s horas e também o programa *Cuidado com Língua* com 693 programas e 144h59m15s horas. Também se verificou entre 2011 e 2015, 1090 programas de *Ler Mais*, *Ler Melhor*, magazine que tem como objetivo divulgar a leitura, com um total de 118h43m29s.

O género cultural por excelência, Artes e Ciências soma apenas 659h32m03s, apenas 6,6% dentro deste Macrogénero. Em oito anos a RTP Internacional apenas emitiu 3542 programas assim classificados.

Do género Ciências foram emitidos 621 programas correspondendo a 192h51m23s horas de emissão, 55h26m43s das quais dizem respeito a *Geração Cientista*, um programa sobre os jovens cientistas portugueses que se destacam na investigação em Portugal e no estrangeiro.

Classificados no género Artes, a RTP emitiu 356h51m26s horas num total de 1748 programas. No campo da arquitetura, foram emitidos 89 programas de *Arquitectarte* com 37h59m52s horas de emissão. Aqui encontramos também 271 ocorrências do programa *Janela Indiscreta*, dedicado ao cinema, que contou com 135h17m11s e, mais recentemente o programa *Agora*, um magazine sobre atualidades artísticas em várias áreas, literária, ensaística, artística e científica, com 190 ocorrências e 31h05m31s. Já em 2015, surge o programa *Palcos Agora* sobre os palcos de várias artes, teatro, dança, música e performance, com 41 ocorrências e 17h54m35s. Também se verificam 173 microprogramas de *Um Poema por Semana* com 6h40m46s horas de emissão, um programa de 3 minutos no qual 15 poemas são ditos ao longo de 75 dias por 75 pessoas diferentes.

Os programas Peças de Teatro que se agregaram ao género Artes e Ciências contam um número residual de 31 programas ao longo destes 8 anos, num total de 28h24m22s de emissão.

De notar que não existe correspondência entre os géneros Artes e Ciências e Informação Cultural quanto à percentagem que ocupam na duração face àquela que ocupa na frequência. De facto, quanto ao primeiro, os 6 % que apresenta no total da duração do Macrogénero Cultural não equivale aos 14,7% que apresenta no total da frequência. O mesmo acontece com a Informação Cultural cujos 10,3% de duração correspondem a 6,0% de frequência. Esta aparente contradição deve-se ao facto de a duração e a frequência de um programa não serem medidas equivalentes, podendo verificar-se a existência de programas de curta duração com maior número de ocorrências e vice-versa.

A confirmar que o **Entretenimento** tem como função principal 'entreter' e que o fator cultura associado a este género é bastante mais residual, a RTP Internacional apenas totalizou 508h58m10s horas de emissão em 594 ocorrências do género entretenimento com uma intenção cultural, correspondendo a 5,1% do total dos géneros culturais.

Recordo que o Macrogénero Entretenimento apresentou 21143h44m22s de duração total entre 2008 e 2015 e que deste tempo 508h58m10s são os programas que foram classificados como possuindo uma intenção ou valorização cultural, ou seja, 2,5%.

Aqui encontram-se os Talk-Shows com 51h53m07s e 137 ocorrências. São programas como *Contentor 13* com 34 emissões e 13h55m55s, uma série de 13 episódios sobre a vida e obra de 13 escritores; *Uma Mesa Portuguesa com Certeza* com 20h56m15s e 44 emissões, um magazine de viagens e de gastronomia, e *Novos Autores* com 17h00m57s e 19 emissões, um programa de iniciativa conjunta entre a RTP2, a Antena 3 e a Sociedade Portuguesa de Autores e que se traduz num ciclo de conversas com dois novos autores.

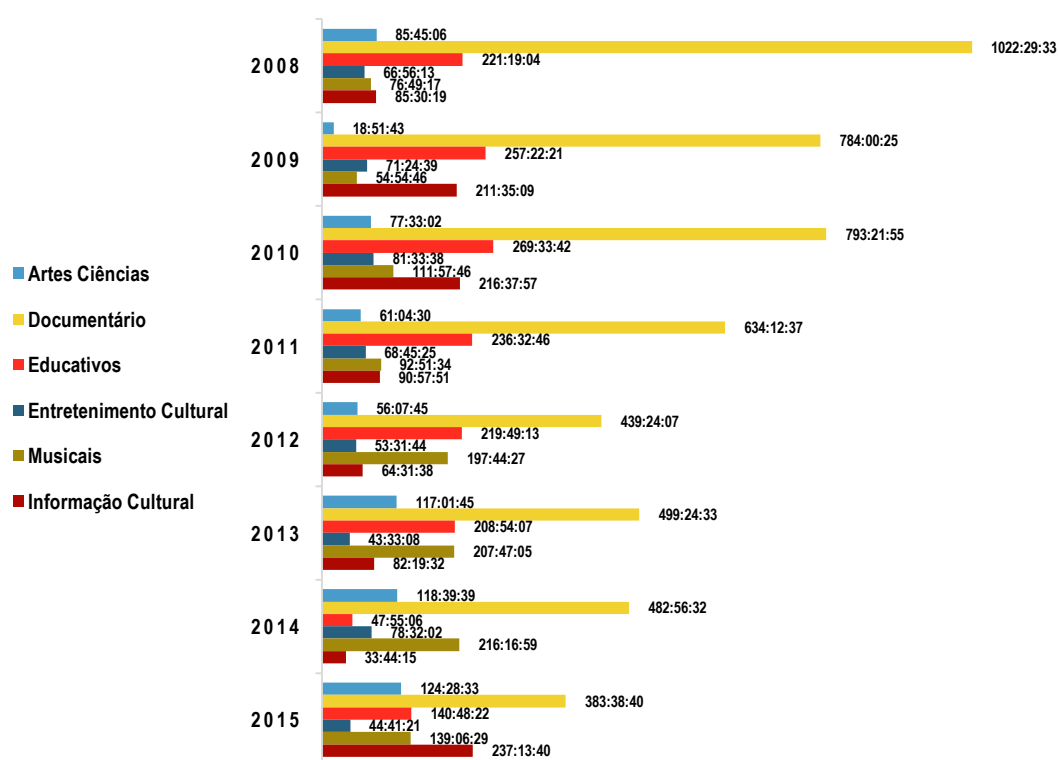
Contudo, a maioria das ocorrências está no género Espetáculos/Humor com 476 programas totalizando 443h23m49s horas de emissão. Trata-se de programas como *Festival da Canção* e *Festival Eurovisão da Canção* que, em conjunto, somam 54h06m03s e 70 emissões⁶¹ ou também concertos e outros espetáculos dedicados, por exemplo, ao Fado, com 83 ocorrências e 88h12m29s de duração.

A meio da tabela, surgem os **Musicais** com 1097h:28m23s de duração (11,1%) de uma frequência de 1478 programas, imediatamente seguido pelo género **Informação Cultural** com 10% correspondendo a 1022h30m21s de horas emitidas e 1432 programas. Nos Musicais temos programas dedicados aos tops ou a videoclips como *Músicas d'África* com 267 e 243h27m49s horas; *Top Crioulo*, com 45 emissões e 22h09m55s horas (ambos programas da RTP África); *Portugal no Top* com 52 ocorrências e 47h12m10s horas e ainda, mais recentemente, *Poplusa* com 298 ocorrências e horas 173h51m25s horas de emissão (programas produzidos para/pela RTP Internacional).

⁶¹ Em 2014 e 2015 estes Festivais surgem classificados não no género Espetáculos/Humor mas em Quiz/Concursos.

De relembrar que o Macrogénero **Informação** apresentou 24771h04m43s de duração total entre o período 2008 e 2015. Deste tempo 1026h31m33s são os programas que foram classificados como possuindo uma intenção ou valorização cultural, isto é, 6,0%. Destacam-se assim, os programas classificados como Magazines Informativos os quais ocupam 565h48m48s e 936 ocorrências. São programas como o magazine *Consigo*⁶², já referenciado, que teve nestes anos uma duração de 62h15m19s e 149 emissões; *Câmara Clara*, um programa de Paula Moura Pinheiro com músicos, escritores, cientistas, bailarinos, pintores, filósofos, cineastas, arquitetos, com 144h02m15s e 130 ocorrências; *Biosfera*, já referenciado, com 220h12m19s e 320 ocorrências. Também estão presentes os Debates como 199h07m39s e 159 emissões. Na maioria dos anos o género Debates está preenchido exclusivamente com o programa Sociedade Civil, programa sobre melhoria do estilo de vida dos cidadãos, com 157 ocorrências e 198h01m46s.

Gráfico 8.2.2
Duração dos Géneros Culturais - RTP Internacional 2008-2015



O Gráfico 8.2.2 representa a duração de cada género cultural em cada um dos 8 anos analisados. Como vimos, o Documentário destaca-se em grande medida dos restantes embora se verifique uma clara tendência para diminuição da sua representatividade. Por outro lado, também se verifica uma

⁶² Entre 2008 e 2011 este programa surge classificado no género Magazine Informativo. Em 2012 o Consigo tem 1 ocorrência classificada como Magazine Informativo e 51 outras ocorrências classificadas como Documentário. De 2013 a 2015 está classificado como Educativos com 98 ocorrências. No total do Macrogénero Cultural, o Consigo teve uma duração de 103h48m28s e uma frequência de 298.

pequena subida do tempo de emissão dedicado às Artes e Ciências e na tendência inversa, uma diminuição na emissão de programas dedicados ao género Educativos.

Concluindo, creio que proceder à classificação dos programas num universo de Macrogéneros em que, não existindo o Cultural, mas sim outros que nele caberiam, como os Macrogéneros Artes e Ciências e Educativos, e, uma vez que em muitos casos as características de ambos se confundem (por exemplo, os programas do género Educativos apresentam, por vezes, características de formato e de contexto alinháveis com os programas classificados como Informação com uma intenção cultural), acaba por levar a um necessário desequilíbrio entre si. Este desequilíbrio pode não ser devido ao maior ou menor tempo dedicado à emissão deste tipo de programas, mas sim a uma eventual redundância dos seus conceitos operacionalizantes. A médio e a longo prazo, a permanência de tais redundâncias podem obstar a uma leitura clara da programação televisiva tornando-a menos objetiva do que o esperado, o que, tendo em conta a própria dinâmica da produção televisiva e hibridismo dos formatos, acrescenta uma enfraxia analítica desnecessária.

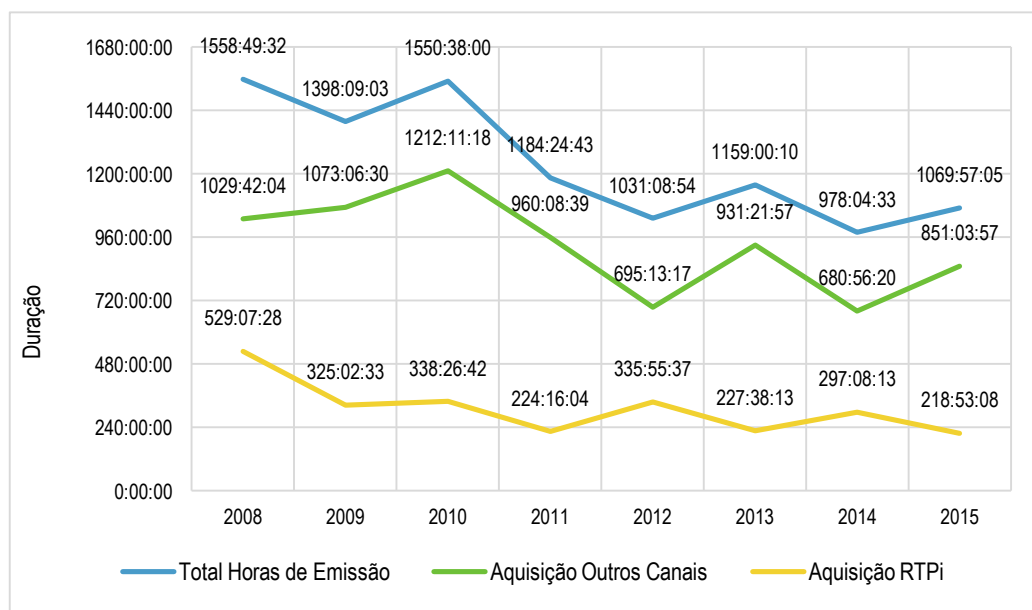
8.2.1. Canal de Produção/Aquisição

Quadro 8.2.4
Duração e Frequência do Macrogénero Cultural da RTP Internacional por Canais de Produção/Aquisição 2008-2015

Duração	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Total Emissão	1558:49:32	1398:09:03	1550:38:00	1184:24:43	1031:08:54	1159:00:10	978:04:33	1069:57:05	9930:12:00
P/A Outros Canais	1029:42:04	1073:06:30	1212:11:18	960:08:39	695:13:17	931:21:57	680:56:20	851:03:57	7433:44:02
P/A RTPi	529:07:28	325:02:33	338:26:42	224:16:04	335:55:37	227:38:13	297:08:13	218:53:08	2496:27:58
%	34%	23%	22%	19%	33%	20%	30%	20%	25%
Frequência	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Total Emissão	4000	3031	3329	2847	3034	2697	2243	2889	24070
P/A Outros Canais	2668	2156	2515	2192	2360	2097	1692	2297	17977
P/A RTPi	1332	875	814	655	674	600	551	592	6093
%	33%	29%	24%	23%	22%	22%	25%	20%	25%

À semelhança da análise da programação genérica da RTP Internacional nos anos em causa, também quanto ao Macrogénero Cultural foi vista a incidência dos programas que nasceram da lógica direta dos serviços/direção deste canal. Como esperado, o cômputo destes programas é bastante inferior ao cômputo dos que derivam da iniciativa dos outros canais da RTP.

Gráfico 8.2.3
Duração da Produção/Aquisição do Macrogénero Cultural da RTP Internacional 2008-2015



Contudo, curiosamente, em cada um dos anos, a sua percentagem é superior quanto aos programas do Macrogénero Cultural face aos restantes Macrogéneros recordando que apenas 9% dos conteúdos de toda a programação no período analisado foram adquiridos/produzidos no seio da RTP Internacional.

Isto significa que, apesar da aposta em produzir/adquirir conteúdos seus, ser nitidamente baixa, a relevância dos números encontrados torna-se evidente no que diz respeito aos conteúdos de cariz cultural. Entre 2008 e 2015, da iniciativa da direção da RTP Internacional, 25% dos 9% dos conteúdos que foram adquiridos ou produzidos por este canal são programas de género cultural, uma tendência que, apesar de ter sofrido uma redução em 2009 de mais de 200 horas, mantém-se estável entre as 200 e as 300 horas de emissão correspondendo a uma média de 281 horas de programas.

8.2.2. Intenção do Conteúdo

Finalmente analisou-se a intenção do conteúdo, conceito aplicado pela RTP na operacionalização dos géneros televisivos, com o objetivo de expressar a finalidade predominante prosseguida com cada programa em concreto na sua relação com o público. Este conceito operacionalizante é talvez aquele que melhor define a relação de mediação que existe entre o programador e o público.

A tríade adotada pela lei da Televisão (informar; formar e entreter) é desdobrada pela RTP, como vimos, em 14 conceitos (pág. 54). Por forma a facilitar a análise, esses 14 conceitos foram agrupados em 5: (1) Aconselhamento e Educação; (2) Doutrinação, Institucional e Angariação de Fundos; (3) Cultura

Geral e Valorização Cultural; (4) Entretenimento (incluindo Entretenimento puro, Entretenimento Informativo) (5) Informação (incluindo Informação pura; Informação Comercial e Informação com Entretenimento).

Verificamos que a intenção do conteúdo predominante é o Entretenimento (Entreter) imediatamente seguido da Informação (Informar), ambos acima dos 40% ocupando assim mais de 80% das finalidades da programação da RTP Internacional entre 2008 e 2015.

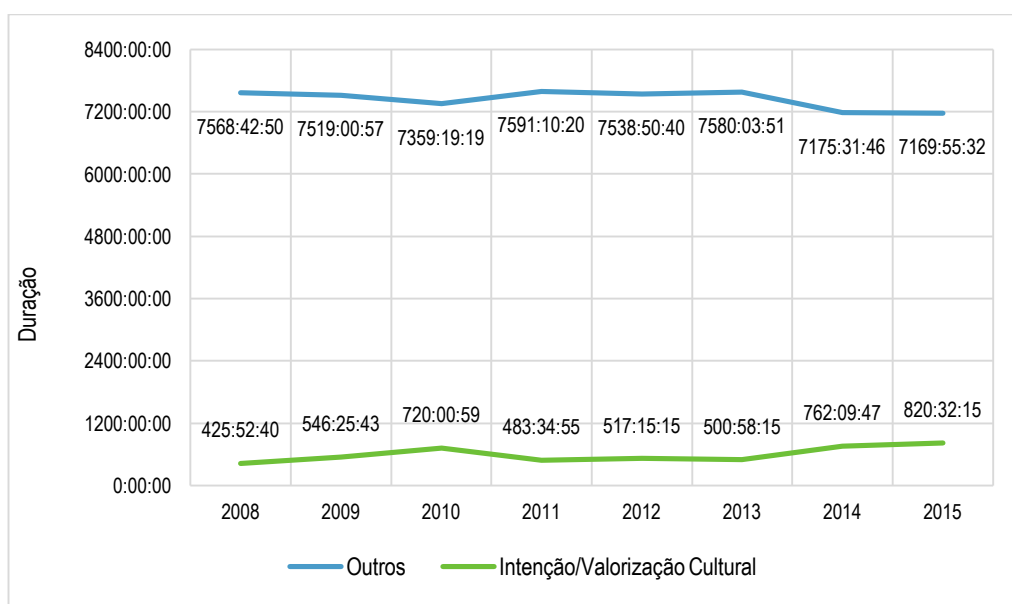
A intenção Cultura Geral / Valorização Cultural apresenta um total de duração 4776h49m49s horas em programas correspondendo a 11788 ocorrências. A provar que os indicadores duração e frequência nem sempre se equivalem, a duração desta intenção é de 7,4% no total dos 8 anos analisados, enquanto a frequência apresenta 10%, ainda que tal facto não altere o seu posicionamento na tabela.

A intenção Aconselhamento + Educação (Formar) têm uma representação de pouco mais de 1%, ficando ligeiramente acima da intenção Doutrinação + Institucional + Angariação de Fundos. Este último conceito surge apenas em 2014 e 2015 e refere-se basicamente a programas do género Entretenimento.

Quadro 8.2.5
Duração da Intenção do Conteúdo na programação da RTP Internacional 2008-2015

Duração	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total	%
Aconselhamento + Educação	190:40:38	133:38:21	62:04:25	68:08:10	43:41:46	46:24:05	49:51:05	71:27:05	665:55:35	1,0%
Doutrinação + Institucional + Angariação de Fundos	115:30:29	112:43:48	114:47:00	118:17:56	92:07:37	100:11:11	98:03:56	103:30:06	855:12:03	1,3%
Entretenimento	4143:28:44	4185:11:49	4098:43:04	4177:58:44	4164:17:55	4131:57:58	3566:48:31	3320:19:40	31788:46:25	49,5%
Informação	2790:34:27	3015:08:14	3024:13:10	3214:49:59	3231:34:18	3293:52:50	3454:53:10	3669:37:21	25694:43:29	40,0%
Cultura Geral /valorização Cultural	425:52:40	546:25:43	720:00:59	483:34:55	517:15:15	500:58:15	762:09:47	820:32:15	4776:49:49	7,4%
Em branco/outros	328:28:32	72:18:45	29:31:40	11:55:31	7:09:04	7:37:47	5:55:04	5:01:20	467:57:43	0,7%
Total	7994:35:30	8065:26:40	8049:20:18	8074:45:15	8056:05:55	8081:02:06	7937:41:33	7990:27:47	64249:25:04	100,0%
Frequência										
Aconselhamento + Educação	315	260	159	204	156	241	183	175	1693	1,4%
Doutrinação + Institucional + Angariação de Fundos	550	170	169	136	103	124	115	117	1484	1,3%
Entretenimento	7381	7373	6852	7164	6524	6474	5372	5379	52519	44,7%
Informação	5674	5756	5512	5768	5827	6352	6759	7275	48923	41,6%
Cultura Geral /valorização Cultural	962	1152	1820	1227	1245	1353	1634	2395	11788	10,0%
Em branco	758	204	51	13	13	9	11	8	1067	0,9%
Total	15640	14915	14563	14512	13868	14553	14074	15349	117474	100,0%

Gráfico 8.2.4
Duração da Intenção do Conteúdo na programação da RTP Internacional 2008-2015



Ora, recordando os princípios estipulados no CCSPTV, assinado em 2008, para a RTP Internacional, nos quais se destacavam obrigações de emissão de divulgação da cultura, património, território, bem como eventos culturais de identidade e representação dos países de língua portuguesa e das comunidades, verifica-se, contudo, que apenas 7,4% dos programas emitidos têm uma intenção cultural (Cultura Geral / Valorização Cultural).

Quadro 8.2.6
Duração e Frequência da Intenção Cultural por Géneros na RTP Internacional 2008-2015

Intenção Cultural	Frequência	%	Duração	%
Artes e Ciências	1986	17%	479:46:13	10%
Documentários	5256	45%	2184:08:27	46%
Educativos	2168	18%	410:20:47	9%
Informação	1513	13%	1032:11:29	0,2
Outros géneros	865	7%	670:22:33	0,1
Total	11788	100%	4776:49:49	100%

Aqui é nítido que a força está nos Documentários pois este género apresenta 2184h08m27s de duração, 46% do total da programação apurada e classificada segunda esta intenção (4776h49m49s). Seguem-se os programas do género Artes e Ciências (10%) Educativos (9%). A informação representa apenas 0,2% do total dos programas com intenção cultural e os 0,1% cabem ao conjunto de todos os outros géneros.

CONCLUSÃO

O propósito deste trabalho não pretendeu, desde o início, a crítica. Acima de tudo a minha intenção visou a compreensão e um conhecimento mais profundo do que tem sido a RTP Internacional de dentro para fora, no funcionamento prático da sua comunicação e da sua mensagem, da lógica do emissor face ao seu grande público.

Procurando as bases da missão deste canal, conclui que palavra 'cultura' tem funcionado como uma espécie de crisálida conceptual onde cabem e se abrigam outros conceitos como lusofonia e identidade. Essa mesma crisálida tem sido usada e reforçada nas práticas discursivas sobre a importância deste serviço de programas autenticando o desejo de afirmação de Portugal no mundo, perante o mundo, e para o mundo.

O laço social da televisão é isto. Tão fortemente criticada pelo simbolismo paradigmático da elevação da cultura de massas face aos bens culturais designados de alta cultura, a sua força reside na sua capacidade de abraçar, compreender um sem número de pessoas num momento de partilha disjuntiva, individual e comunitária, local e global, face à compreensão (descodificação) de uma mensagem simbólica. Desde o fim da guerra fria que a instrumentalização da televisão transnacional como instrumento de *softpower* é efetuada de forma estratégica por muitos países e hoje, no panorama media televisivo internacional, verificamos que a tendência é a aposta em transmissões de serviços informativos com cobertura global em várias línguas. Estes canais tendem a não distinguir o seu público e oferecem o que hoje mais se valoriza: acessibilidade a uma informação global e atual numa lógica 24/7. Neste cenário, os canais de televisão especialmente dirigidos às comunidades migrantes poderão não ocupar as preferências do homem hipermoderno mas é importante não esquecer que a sua missão configura ideais totalmente distintos daqueles canais, precisamente por ser distintivamente característico o público ao qual se dirigem. Contudo, a RTP Internacional, desde o seu nascimento, assume ser um canal para as comunidades portuguesas e para todo o mundo lusófono, arrogando para si um potencial público de 200 milhões de espetadores e, nesse sentido, talvez o destaque da sua posição devesse ser alvo de uma renovada análise do ponto de vista político estratégico. Posto isto, língua e cultura são as pedras de toque da existência (e resistência) deste serviço até hoje.

Analisando a programação da RTP Internacional de 2008 a 2015 (64279h25m04s horas de emissão e 117474 programas) recolhi as seguintes conclusões: (i) que em toda a programação deste período, 71,4% correspondem a programas dos géneros Informação e Entretenimento; (ii) que 99,5% dos conteúdos emitidos no conjunto de toda a programação são em língua portuguesa; (iii) que 99,5% dos programas têm origem nacional; (iv) que apenas 9% de toda a programação foi adquirida e/ou produzida pelos serviços da Direção da RTP Internacional, i.e, não migraram da iniciativa dos outros canais do universo da RTP.

Autonomizando o Macrogénero Cultural (9930h12m00s horas de emissão correspondendo a 24070 programas), apuraram-se os seguintes resultados: (i) os géneros culturais representam 15% de toda a programação da RTP Internacional em 8 anos; (ii) destes 15%, 50,7% correspondem a programas do género Documentário; 11,1% respeitam a programas do género Musicais e 6% a

programas do género Artes e Ciências; (iii) que destes 15%, 25% correspondem a programas adquiridos e/ou produzidos pelos serviços da Direção da RTP Internacional.

Conclui-se ainda que, globalmente considerada toda a programação destes anos, os conteúdos classificados com uma intenção cultural na sua finalidade de emissão, representam 7,4% dos quais, 46% dizem respeito a programas do género Documentário e apenas 10% se referem a programas do género Artes e Ciências.

Perante os números síntese atrás referidos, verificamos que a RTP Internacional é, sem surpresas, um canal de promoção e afirmação da língua portuguesa como sempre foi desejado pelos vários planos de governo desde a sua constituição, já que, como vimos, 99,5% dos programas e horas emitidas o foram em português.

O mesmo não pode ser sublinhado para a relevância que a cultura – expressa através do género cultural – ocupa na sua grelha pois só 15% dos programas emitidos pertencem a este género, valor esse, que acaba por baixar ainda mais, para 7,4%, quando se verificou a intenção do conteúdo de todos os programas.

Ainda assim, na decomposição dos programas culturais emitidos constatou-se que mais de metade (50,7%) são conteúdos do género Documentários sendo este o género por excelência da programação televisiva cultural. Aqui verifica-se a existência de uma pequena disparidade entre os programas do género Documentários que se encaixam no Macrogénero Cultural e aqueles que são considerados como cultura geral e/ou valorização cultural através sua finalidade de emissão, pois representam menos de metade (46%) deste subuniverso. Por outro lado, os programas do género musicais representam unicamente 11% daqueles, já por si escassos, 15% de programas culturais emitidos nos 8 anos do estudo. Ainda neste Macrogénero Cultural há que registar os, ainda mais escassos, 6% de programas identificados como sendo de Artes e Ciências, género mais imediatamente correlacionado com a manifestação de expressões artísticas e do conhecimento.

Podemos assim dizer, com facilidade, que a RTP Internacional emite essencialmente programas dos géneros Informação e Entretenimento (71,4%) de toda a programação no período em análise).

Ou seja, se a RTP Internacional é nitidamente o reflexo de uma seleção do que é produzido no seio da RTP, esse facto está, então, bem espelhado nas palavras do presidente do Conselho de Administração da RTP, Gonçalo Reis, quando afirma que a RTP Internacional é o canal internacional da RTP que reúne o que de melhor se faz no universo dos canais da RTP. Quer se concorde ou não, atualmente, esta é a posição que a programação do canal internacional assume e que, pelo menos, não deixa de ser uma posição de contornos claros.

Mas, seguindo uma outra lógica, se a RTP Internacional reflete o que *de melhor* se produz no seio dos vários canais da RTP, isso, porventura, já não é totalmente assumido pelos próprios espectadores se atendermos aos relatórios do Provedor do Telespectador analisados e, como alerta Antunes da Cunha, não o é igualmente pelos *novos* emigrantes mais ligados a profissões de “colarinho branco”, que saíram de Portugal nos últimos anos com uma educação superior à daqueles que se viram *forçados* a sair do país nas décadas de 60 e 70 do século passado. Estes não veem a RTP Internacional por considerarem que esta não é vocacionada ao seu estilo de vida bem como aos seus anseios, ao contrário de todos aqueles emigrantes a que chamamos, por comodidade, de primeira

geração: “(...) *dans leur relation au discours de rayonnement culturel de RTPi des individus de la première génération ayant émigré pour des motifs économiques jouent sur des registres aussi divers de la nostalgie (rubrique sur les traditions, gastronomie, histoire), la transmission culturelle (langue portugaise), l’actualisation (journaux télévisés) ou la critique. (...) Faire partie d’un public, ces ’t procéder à une présentation de soi”* (Cunha, 2006, p. 427).

Provavelmente estes novos emigrantes não se veem refletidos na antena da RTP Internacional, da mesma maneira que se vivessem em Portugal não assumiriam a RTP como o seu canal preferido, refletindo assim, em princípio, o que nos demonstram os relatórios diários de audiência destes canais generalistas, os quais, apresentando sem dúvidas carências quanto a uma desejável análise qualitativa da programação, não deixam de ser indicadores que requerem a devida ponderação.

Se se pode questionar a pouca quantidade de programas culturais na programação deste canal, como foi apurado, logicamente também se poderá questionar o baixíssimo número de programas produzidos no seio da RTP internacional, já que como anteriormente foi referido, só 9% de toda a programação foi adquirida e/ou produzida pelos serviços da Direção da RTP Internacional, sendo estes, em princípio, os programas pensados para e pela diáspora portuguesa por esse mundo fora. Neste aspeto é importante recordar que, ao longo dos anos foram proferidos sucessivos discursos políticos visando a reestruturação deste canal *vis-a-vis* a modernização e afirmação e, da mesma forma, vários Conselhos de Administração da RTP assumiram o planeamento de estratégias de melhoria e diversificação da programação, nomeadamente através do aumento de conteúdos próprios.

Contudo, numa perspetiva mais positiva, a verificação de uma real (ainda que diminuta) intenção em adquirir e/ou produzir conteúdos culturais no seio da própria estratégia deste canal (25% dos conteúdos de género cultural) foi uma agradável constatação e não deixa de ser um dos mais interessantes dados apurados, quando, em retrospectiva, na sua origem e missão, perspetivas políticas e sociais, intenções e práticas, existência ou divergência, é no imenso chapéu da cultura (e língua) que a RTP Internacional se tem mantido abrigada.

Mas também significa isto que, em rigor e face ao manifesto domínio da produção caseira, a posição da RTP Internacional ao longo de toda a sua existência não tem sido global nem sequer local, mas sim nacional. Significa igualmente que a RTP vê na sua audiência potencial de 200 milhões uma extensão da sua audiência caseira desejando estar lá fora como se estivesse em cá dentro. Pretendi, com este trabalho, perceber como reflete a RTP Internacional as características do seu público e não posso deixar de concluir que este serviço de programas o percebe sem grandes diferenças daquele que pertence aos seus canais generalistas. Este olhar de dentro para dentro que conforma a existência deste canal ao longo dos anos merece, em minha opinião, um trabalho de reflexão profunda de transferência do olhar, insistindo numa alteração da luz com o que público da RTP Internacional se vê refletido.

Por outro lado, ao tentar entender a relevância dos programas culturais na programação da RTP Internacional, fui confrontada com premissas derivadas de outro tipo de discussão, a que tem servido ao debate sobre o serviço público de televisão. Aqui, televisão pública, programação cultural e género televisivo cultural são lugares-comuns cujos corolários se confundem numa assumida estratégia política com efeitos legislativos que, ao longo dos anos, tem mantido uma ordenada assunção de conceitos

que conformam o serviço público de televisão em Portugal e cada um dos seus canais generalistas, conceitos que, à luz de uma análise como aquela que ora se efetuou, apresentam menos substância do que a desejável.

Assim, creio que é o tempo de fazer caminhar as reflexões políticas sobre o que constitui uma programação de qualidade, independentemente do operador que a pratique, em direção a uma lógica menos abstrata e mais concreta, adaptando-as aos paradigmas da realidade televisiva de hoje, pois continuar a insistir em linhas de orientação filosófica sobre a programação, resulta numa redundância cíclica as avaliações feitas à RTP com base nas diretrizes estabelecidas para o Serviço Público de Televisão e seu desdobramento em obrigações mínimas de emissão. Sem um verdadeiro entendimento sobre o que é que constitui, em primeiro lugar, uma televisão de qualidade, a avaliação do papel da RTP peca, no meu entender, por excesso de (pre)conceitos presos a ideias deterministas demasiado tradicionalistas. Neste aspeto, e em concreto para os programas de género cultural, partilho da convicção de François Jost (2011) quando refere que a definição de programa cultural pertence ainda à esfera do arbitrário pois, e especialmente no que ao serviço público diz respeito, o que se pede é a difusão de determinado tipo de géneros (teatro, concertos, documentários, programas educativos, etc.).

Finalmente, este trabalho permitiu-me adquirir uma riqueza de conhecimentos que não possuiria se não tivesse insistido em fazê-lo. A televisão e as problemáticas da sua programação é um universo tão complexamente subjetivo que a sua magia disso parece depender. A dificuldade está em proporcionar um encontro feliz entre si e o seu público sem esquecer os princípios que a norteiam, mas todos os aspetos analisados servem somente para exemplificar o “longo alcance” com que se constrói uma grelha de programação e o “fluxo contínuo televisivo” exponenciado pelas novas tecnologias na televisão (Williams, 2003, *apud* Lopes, 2009).

A importância da RTP Internacional no mundo das televisões transnacionais é, para mim, mais clara e menos questionável mas intacta está a certeza de que este é, talvez, o canal mais subestimado de todo o universo televisivo nacional e compete a todos os que nela e para ela trabalham, lançar dos melhores esforços para que, não só que a sua relevância tenha uma maior afirmação junto das nossas comunidades e países de expressão portuguesa, mas também que a sua vitalidade cultural cresça de forma equivalente às assimetrias migrantes do seu público através da constituição de estratégias mais assertivas no espaço e no tempo, simbolizadas, enfim, pela mensagem verdadeiramente intencionada dos seus programas.

FONTES

- Arantes, J. C. (2012). *Relatório do Provedor do Telespectador, 2011*. Lisboa.
- Arantes, J. C. (2013). *Relatório do Provedor do Telespectador, 2012*. Lisboa.
- Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, SA, em 17 de Março de 1993.
- Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, SA, em 31 de Dezembro de 1996.
- Contrato de Concessão Especial do Serviço Público de Televisão Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, SA, em 17 de Novembro de 2003.
- Contrato de Concessão Especial do Serviço Público de Televisão Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, SA, em 25 de Março de 2008
- Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, SA, em 6 de Março de 2015.
- CPLP em Números 2015. Instituto Nacional de Estatística. Secretariado Executivo da CPLP 2016, Lisboa.
Disponível em:
https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=251149931&PUBLICACOESmodo=2&xlang=pt
- Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de Dezembro de 2007. Disponível em:
<http://www.gmcs.pt/ficheiros/pt/deliberacao-da-erc-2lic-tv2007-renovacao-da-licenca-da-tvi.pdf>
- Diretiva 89/552/CEE do Conselho, de 3 de Outubro de 1989, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas ao exercício de atividades de radiodifusão televisiva.
- Diretiva 2010/13/UE DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 10 de Março de 2010 relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (diretiva «Serviços de Comunicação Social Audiovisual»).
- ERC (2010). Relatório de Regulação – Televisão, 2011. Volume1. Ed. Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- ERC (2012). Relatório de Regulação – Televisão, 2011. Volume2. Ed. Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- ERC (2014). Relatório de Regulação – Televisão, 2013. Ed. Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- ERC (2015). Relatório de Regulação – Televisão, 2014. Ed. Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- ERC (2016). Relatório de Regulação – Televisão, 2015. Ed. Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Fernandes, J. (2014). *Relatório do Provedor do Telespectador, 2013*. Lisboa.
- Fernandes, J. (2015). *Relatório do Provedor do Telespectador, 2014*. Lisboa.
- Jornal I (2015). Programas Contacto da RTP Internacional suspensos e com renovação incerta. *IOonline*, 16 de Fevereiro. Disponível em: <http://ionline.sapo.pt/269718>
- Jornal de Negócios (2009). RTP adapta grelha ao fuso de vários continentes. Filipe Pacheco, 23 de Junho.
- Jornal de Negócios (2011). RTP moderniza imagem dos canais Internacionais. Filipe Pacheco, 14 de Novembro.
- Jornal de Notícias (2011). Ministério de Portas a gerir a RTP Internacional. Dina Margato, 15 de Novembro.
- Lei n.º 39/2014, de 9 de julho - Segunda alteração à Lei n.º 8/2007, de 14 de fevereiro, relativa à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão, e aprovação dos novos estatutos da Rádio e Televisão de Portugal.

Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido: Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho, retificada pela Declaração de Retificação n.º 82/2007 alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho e pela Lei n.º 78/2015 de 29 de julho.

Lei n.º 53/2005 de 8 de Novembro Cria a ERC — Entidade Reguladora para a Comunicação Social, extinguindo a Alta Autoridade para a Comunicação Social.

Oliveira, J. M. P. de (2007). *Relatório do Provedor do Telespectador da RTP, 2006*. Lisboa.

Oliveira, J. M. P. de (2008). *Relatório do Provedor do Telespectador da RTP, 2007*. Lisboa.

Oliveira, J. M. P. de (2009). *Relatório do Provedor do Telespectador da RTP, 2008*. Lisboa.

Pena Pires, R., Pereira, C., Azevedo, J., Espírito Santo, I., Vidigal, I., & Ribeiro, A. (2015). *Emigração Portuguesa: Relatório Estatístico 2015*, Lisboa, Observatório da Emigração e Rede Migra, CIES-IUL, ISCTE-IUL.

Pinho, F. e Pereira, C. (2011), *Quando os portugueses na Argentina falam de Portugal é à sua aldeia que se referem*. Entrevista a Fernando Moura, Observatório da Emigração, 27 de Setembro de 2011. Disponível em: <http://www.observatorioemigracao.pt/np4/4690.html> [último acesso em Setembro de 2016].

Pinho, F. (2012). *A importância da RTP Internacional para a emigração*. Entrevista a Manuel Antunes da Cunha, Observatório da Emigração, 4 de Novembro de 2011. Disponível em: <http://observatorioemigracao.pt/np4/4689.html> [último acesso em Setembro de 2016].

Programa do XI Governo Constitucional (1991). Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/464039/GC11.pdf>

Programa do XII Governo Constitucional (1999). Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/464042/GC12.pdf>

Programa do XIII Governo Constitucional (1995). Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/464045/GC13.pdf>

Programa do XIV Governo Constitucional (1992). Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/464048/GC14.pdf>

Programa do XV Governo Constitucional (2002). Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/464051/GC15.pdf>

Programa do XVI Governo Constitucional (2004). Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/464054/GC16.pdf>

Programa do XVII Governo Constitucional (2005). Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/464060/GC17.pdf>

Programa do XVIII Governo Constitucional (2009). Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/468569/gc18.pdf>

Programa do XIX Governo Constitucional (2011) Disponível em: http://www.portugal.gov.pt/media/130538/programa_gc19.pdf.

Programa do XX Governo Constitucional (2015). Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/media/18167052/20151106-programa-governo.pdf>

Protocolo RTP / SIC / TVI (Protocolo assinado pelos três operadores, em 21 de Agosto de 2003, e Alterado pela Adenda ao Protocolo, de 15 de Fevereiro de 2005).

Público (1995). A RTP Internacional Mundializou-se. Luis Pedro Nunes, 20 de Março.

Público (2014). RTP Internacional renova grelha com produção própria. Maria Lopes, 31 de Janeiro.

Relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão de Setembro de 2002, por ordem do Despacho conjunto n.º 531/2002

Relatório do Grupo de Trabalho para a definição do conceito de serviço público de comunicação social de 14 de Setembro de 2011, por ordem do Despacho n.º 10254/2011.

Resolução do Conselho de Ministros n.º 188/2008 - Estratégia de promoção da língua portuguesa (promoção no serviço público de comunicação social) de 27 de Novembro de 2008.

Tratado de Amesterdão que altera o Tratado da União Europeia, os tratados que instituem as Comunidades Europeias e alguns atos relativos a esses tratados, de 2 de Outubro de 1997.

RTP (2005). *De Portugal Para o Mundo - Canais Internacionais*. Brochura, Rádiotelevisão Portuguesa Serviço Público de Televisão, Lisboa.

Visão (2012). RTP. O Preço Certo. Paulo Chitas, 30 de Agosto.

BIBLIOGRAFIA

Antunes da Cunha, M. (2006). *Télévision, migrations et enjeux identitaires: l'exemple de RTPi*. Tese de Doutoramento, Universidade de Paris II, Paris.

Appadurai, A. (2004). «Disjuntura e diferença na economia cultural global». In *Dimensões culturais da globalização. A modernidade sem peias*. Lisboa: Ed. Teorema, pp.43-70.

Babbie, E. R. (2012). *The practice of social research*. Wadsworth Publishing Company.

Bakhtin, M. M., Jakobson, R., Yaguello, M., Lahud, M., Vieira, Y. F., & Voloshinov, V. N. (1979). *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: Hucitec.

Bourdieu, P. (2003 [1984]). *Questões de sociologia*. Lisboa. Ed. Fim de Século.

Bourdieu, P. (1998 [1996]). *On Television*. New York. The New Press.

Bustamante, E. (2003 [1999]). *A Economia da Televisão: As estratégias de gestão de um média*. Lisboa. E. Campo das Letras.

Cádima, F. R. (2010). «Televisões globais; História única». *JANUS.NET e-journal of International Relations*, n.º 1, Outono 2010. Disponível em: janus.ual.pt/janus.net/pt/arquivo_pt/pt_vol1_n1/pt_vol1_n1_art7.html [último acesso em Agosto de 2016].

Cahen, M. (2010). «Lusitanidade e lusofonia: considerações conceituais sobre realidades sociais e políticas». *Plural Pluriel: revue des cultures de langue portugaise*, (7), 3-17. Disponível através de: <http://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00589863/> [último acesso em Agosto de 2016].

Casetti, F., & Di Chio, F. (1998). *Analisi della televisione: strumenti, metodi e pratiche di ricerca*. Milano. Ed. Bompiani.

Castelo, C. (1998). *O Modo Português de estar no Mundo*. Porto, Afrontamento.

Chalaby, J. K. (2005). *Transnational television worldwide: Towards a new media order*. Ib Tauris.

Chalaby, J. K. (2009). *Transnational television in Europe: Reconfiguring global communications networks*. IB Tauris.

Chandler, D. (1997). *An introduction to genre theory. The Media and Communications Studies Site*. Disponível em: http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/intgenre/chandler_genre_theory.pdf [último acesso em Setembro de 2016].

Costa, A. G. (1997). *A Televisão em Portugal - 40 Anos de História Legislativa*. Lisboa: TV Guia Editora.

Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.

Cristóvão, F. (2005). «Lusofonia». In AAVV, *Dicionário Temático da Lusofonia*. Lisboa: Texto Editores e Associação de Cultura Lusófona.

- Cunha, L. (2009). «Terras lusitanas e gentes dos brasis: a nação e o seu retrato literário». *Revista de Ciências Sociais* 40.2, 72-86. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/4677> [último acesso em Junho de 2016].
- Dayan, D. (2002) *Les médias visuels et leurs publics*. Institut national de l'audiovisuel. Collège iconique, 5 février 2002.
- de Macedo, D. G., & Baccega, M. A. (2012). «Afinal, o que é gênero em comunicação? O consumo da programação midiática televisiva». *Comunicação & Informação*, 13(1), 58-68.
- Debord, G. [1997 [1967]]. *A sociedade do espetáculo*. Lisboa: Ed Antígona.
- Diogo, F., Lalanda-Gonçalves, R., & Tomás, L. M. V. (2012). *Les nouvelles configurations de la mobilité humaine*. Academic Press Fribourg.
- Eco, U. (1990 [1964]). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1998). *Como se faz uma Tese em Ciências Humanas*. 9ª Ed. Editorial Presença.
- Esquenazi, J. (2003). *Sociologie des publics*. La Découverte, Paris.
- Featherstone, Mike (2007). *Consumer culture and postmodernism*. SAGE Publications Limited.
- Fiske, J, & Hartley, J. (2004 [1978]). *Reading television*. Taylor & Francis e-Library. [ebook].
- Gitlin, T. (1986). *Watching television: A pantheon guide to popular culture*. Pantheon.
- Gomes, I. M. M. (2002). «A noção de gênero televisivo como estratégia de interação: o diálogo entre os cultural studies e os estudos da linguagem». *Revista Fronteiras*, 4(02), 11-28.
- Gomes, I. M. M. (2011). «Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero». *Revista Famecos*, 18(1), 111.
- Gouveia, J. B. (2010). *I Congresso do Direito de Língua Portuguesa*. Almedina Ed.
- Hall, S. (1980). *Encoding/decoding*. *Culture, media, language*, 128-138. Barthes
- Hall, S. and P. Du Gay (eds.). (1996). *Questions of cultural identity*. Sage.
- Horkheimer, M; Adorno, T. W. e Noerr, G. S. (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments*. Stanford University Press.
- Jost, F. (2011). «Peut-on parler de télévision culturelle?». *Télévision*, (1), 11-24.
- Kalifa, D. (2001). *La culture de masse en France*. 1. 1860-1930. Éd. La Découverte.
- Lipovetsky, G., & Juvin, H. (2011). *O Ocidente Mundializado – Controvérsia sobre a Cultura Planetária*. Lisboa, Edições 70.
- Livingstone, S. M., ed. (2005). *Audiences and publics: When cultural engagement matters for the public sphere*. Vol. 2. Intellect Books.
- Llosa, M. V. (2012). *A Civilização do Espetáculo*, Lisboa, Quetzal.
- Lopes da Silva, M. J., & Teves, V. H. (1971). *Vamos falar de televisão*. Ed. Verbo.
- Lopes, F. (1997). «Serviço Público de televisão: um conceito à procura de um lugar no Panorama Audiovisual Português». Comunicação apresentada no Congresso Internacional de Jornalismo de Língua Portuguesa, Lisboa 21- 24 de Abril de 1997.
- Lopes, F. (2009). «Estudos televisivos: perspectivas diacrónicas». *Comunicação e Sociedade* 15: 7-27. Disponível através de: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1042> [último acesso em Agosto de 2016].
- Lourenço, E. (1982 [1978]). *O Labirinto da Saudade*. Lisboa: Dom Quixote.
- Lourenço, E. (1994 [1988]). *Nós e a Europa ou as duas razões*. Imprensa nacional-Casa da moeda.

- Mantecón, Ana Rosas (2009). «O que é o público?». *Poiésis*, 14, p. 175-215. Disponível em: http://www.poesis.uff.br/PDF/poesis14/Poesis_14_Publico.pdf 1042 [último acesso em Janeiro de 2017].
- Martel, F. (2011). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Ed. Taurus.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (2004). «Medios y culturas en el espacio latinoamericano». *Pensar Iberoamérica*, (5). Disponível em: <http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric05a01.htm> [último acesso em Agosto de 2016].
- Martins, M. L. (2004). «Lusofonia e Luso-tropicalismo: equívocos e possibilidades de dois conceitos hiper-identitários». Conferência inaugural no X Congresso Brasileiro de Língua Portuguesa, realizado em São Paulo pela Pontifícia Universidade Católica, entre 28 de Abril e 1 de Maio de 2004. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/1075> [último acesso em Agosto de 2016].
- Martins, M. D. L., Sousa, H., & Cabecinhas, R. (2006). *Comunicação e Lusofonia: Para uma abordagem crítica da cultura e dos media*. Porto: Campo das Letras.
- McLuhan, M. (1994 [1964]). *Understanding media: The extensions of man*. MIT press.
- Melo, A. (2002). *Globalização cultural*. Lisboa. Ed. Quimera.
- Mendes, A. P. C. (2003). «Ficções de luso-descendentes e identidades híbridas». *Cadernos de Literatura Comparada*, 8 (9), 27-49.
- Mittell, J. (2001). «A cultural approach to television genre theory». *Cinema Journal*, 40(3), 3-24. Disponível através de: <https://muse.jhu.edu/article/7508/summary> [último acesso em Setembro de 2016].
- Moreira, A. (2009). «O direito português da língua». *Revista Brasileira*, 63. Disponível em: <http://200.155.21.154/abl/media/REVISTA%20BRASILEIRA%2063-prosa-04.pdf> [último acesso em Agosto de 2016].
- Morley, D., & Brunson, C. (1999). *The nationwide television studies*. London: Routledge.
- Neuendorf, Kimberly A. (2002). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Newcomb, H. M., & Hirsch, P. M. (1983). «Television as a cultural forum: Implications for research». *Quarterly Review of Film & Video*, 8(3), 45-55. Disponível em: <http://web.mit.edu/211.432/www/readings/tv%20as%20a%20cultural%20forum.pdf> [último acesso em Setembro de 2016].
- OECD (2015), *International Migration Outlook 2015*. OECD Publishing, Paris. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1787/migr_outlook-2015-en [último acesso em Setembro de 2016].
- Oliveira, J. M. P. de (2004). «O 'público não existe. Cria-se.' Novos média, novos públicos?» In AAVV, *Públicos da Cultura: Actas do Encontro organizado pelo Observatório das Actividades Culturais no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa*. Lisboa, 24 e 25 de Novembro de 2003, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais, p.143-151.
- Oliveira, I. (2005). «Personalização de Conteúdos Multimédia: Análise aos atributos relevantes para a sua anotação». *Actas do III Sopcom, VI Lusocom e II ibérico – Vol. I*. Abril de 2004.
- Pasquier, Dominique (2004). «La télévision comme expérience collective: retour sur les Mondes de l'Art». In A Blanc et A Pessin (eds) *L'art du terrain. Mélanges offerts à Howard Becker*, Paris, l'Harmattan.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. 3rd Edition, Sage Publications, Inc.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva,
- Reis, C. (1997). «Questão da Lusofonia». *Jornal de Letras*, 30 de Julho de 1997.
- Riffe, D.; S. Lacy and F. G. Fico (2005). *Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research*. Psychology Press.

- Santos, M. L. L. dos (1988). «Questionamento à volta de três noções: a grande cultura, a cultura popular, a cultura de massas». *Análise Social*, 101-102, p. 689-702.
- Santos, M. L. L. dos (1994). «Reprodutibilidade/Raridade: o jogo dos contrários na reprodução global». In A. Melo (1994), *Arte e Dinheiro*. Lisboa, Assírio & Alvim, p. 121-134.
- Sartori, G. (1998 [1997]). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Buenos Aires. Ed. Taurus.
- Silva, A. S., & Ribeiro, M. J. (2013). «O serviço público de comunicação social como recurso da política cultural: a experiência portuguesa, 2002-2012». *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 1 (1), 183-205.
- Silva, A. S. & Pinto, J. M. (orgs) (1986). *Metodologia das ciências sociais*. Porto, Edições Afrontamento.
- Sousa, H. (2001) «*Políticas da Comunicação em Portugal: Actores, decisões e não decisões*», comunicação apresentada na Sessão Temática «Políticas de Comunicação» do I Congresso Ibérico de Comunicação, Málaga, 7 – 9 de Maio de 2001.
- Sousa, H. (2006). «A mobilização do conceito de Lusofonia: o caso dos canais internacionais da RTP», in Martins, M. D. L., Sousa, H., & Cabecinhas, R. (2006). *Comunicação e Lusofonia: Para uma abordagem crítica da cultura e dos média*. Porto: Campo das Letras, p. 165-182.
- Sousa, H. (2013). «Os média ao serviço do imaginário. Uma reflexão sobre a RTP Internacional e a lusofonia». *Comunicação e Sociedade 2*: 305-317.
- Torres, E. C. (2011). *A televisão e o serviço público*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Wolton, D. (1994). *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. Porto, Edições Asa.

ANEXOS

Figura A.1

Objetivos dos Serviços de Programas de Âmbito Internacional no anterior e no atual CCSPT

<p align="center">Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão Assinado a 25 de Março de 2008</p>	<p align="center">Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão Assinado a 6 de Março de 2015</p>
<p align="center">Cláusula 11.ª Serviços de programas de âmbito internacional</p> <p>1. Os serviços de programas de âmbito internacional prosseguem os seus objectivos próprios tendo em conta os interesses nacionais no que respeita à ligação às comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo ou à cooperação com os países de língua portuguesa.</p> <p>2. Para o cumprimento do disposto no número anterior, a concessionária do serviço público de televisão pode realizar acordos de colaboração com as operadoras privadas de televisão que transmitam serviços de programas televisivos generalistas, assim como com os organismos e serviços públicos com actividade relevante naqueles domínios.</p> <p>3. Junto dos serviços de programas televisivos internacionais funciona um órgão consultivo representativo dos parceiros da Administração Pública e da sociedade civil que com eles se relacionem.</p> <p>4. A programação do serviço de programas de âmbito internacional vocacionado para os telespectadores de língua portuguesa residentes no estrangeiro:</p> <p>a) Assegura a cobertura de manifestações que constituam factor de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural ou desportiva;</p> <p>b) Promove a ligação entre o país e as comunidades residentes no estrangeiro, designadamente através da emissão de programas que valorizem a língua e a cultura portuguesas.</p> <p>5. Os serviços de programas internacionais asseguram a possibilidade de acompanhamento de parte significativa das suas emissões de carácter cultural, formativo, lúdico e informativo por pessoas com necessidades especiais, nomeadamente através do recurso à legendagem por teletexto, à interpretação por meio da língua gestual, à áudio-descrição ou a outras técnicas que se revelem adequadas, de acordo com o plano plurianual previsto no n.º 3 do artigo 34.º e na al. j) do n.º 2 do artigo 51.º da Lei da Televisão.</p> <p>6. Tendo em conta o disposto no número 4 e na alínea j) do número 2 da Cláusula 7.ª, o serviço de programas ali referido deve incluir, no mínimo:</p> <p>a) Espaços regulares de informação, com difusão em horário de grande audiência no país de recepção, podendo para o efeito recorrer a noticiários de outros serviços de programas da Concessionária;</p> <p>b) Espaços noticiosos regulares sobre os principais acontecimentos ocorridos no âmbito das comunidades portuguesas no estrangeiro;</p> <p>c) Espaços regulares de informação sobre a actividade política nacional com incidência nas comunidades portuguesas, que tenha em conta a pluralidade e a representatividade dos partidos políticos com assento nas instituições parlamentares;</p> <p>d) Espaços regulares de informação sobre a actividade de individualidades ou organizações presentes nas comunidades portuguesas;</p> <p>e) Espaços regulares de divulgação e promoção da cultura, património e território de Portugal e das suas potencialidades económicas e turísticas;</p> <p>f) Espaços regulares dedicados a programas de educação e formação especialmente dirigidos à aquisição ou consolidação de competências em língua e cultura portuguesa.</p> <p>7. O serviço de programas de âmbito internacional especialmente dirigido aos países de língua portuguesa assegura, com isenção e pluralismo, a cobertura informativa dos principais acontecimentos nas respectivas áreas geográficas, promovendo designadamente o debate sobre as diferentes realidades políticas, sociais e culturais.</p> <p>8. O serviço de programas de âmbito internacional especialmente dirigido aos países de língua portuguesa promove e divulga formas e eventos culturais que constituam factores de identidade e representação dos países de língua portuguesa e das comunidades deles originários.</p> <p>9. Para efeitos do disposto no número 6 da presente Cláusula, e no quadro do disposto no n.º 2 da Cláusula 8.ª, devem considerar-se os seguintes níveis de frequência:</p> <p>a) Diária, para os espaços de informação a difundir em horário de grande audiência no país de recepção;</p> <p>b) Semanal, para os espaços noticiosos sobre acontecimentos ocorridos no âmbito das comunidades portuguesas no estrangeiro e para os espaços de informação sobre a actividade política nacional com incidência nas comunidades portuguesas;</p> <p>c) Quinzenal, para os espaços de informação sobre a actividade de individualidades ou organizações presentes nas comunidades portuguesas; para os espaços de divulgação e promoção da cultura, património e território de Portugal; para os espaços dedicados a programas de educação e formação.</p>	<p align="center">Cláusula 12.ª Serviços de Programas de Âmbito Internacional</p> <p>1. Os serviços de programas de âmbito internacional prosseguem os seus objetivos próprios tendo em conta os interesses nacionais e deve assegurar a promoção económica e cultural de Portugal e da língua portuguesa no estrangeiro, a ligação às comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo e a cooperação com os países de língua portuguesa, em conformidade com o projeto estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este.</p> <p>2. Os serviços de programas de âmbito internacional podem incluir programas nacionais em versão legendada, dobrada ou em língua estrangeira.</p> <p>3. Os serviços de programas de âmbito internacional devem, na medida do possível, ter uma programação própria adequada aos seus objetivos.</p> <p>4. Os serviços de programas de âmbito internacional devem integrar multiplataformas estabelecendo, designadamente, uma presença forte em plataformas digitais, tendo em vista alcançar uma maior diversidade de públicos, garantir a promoção da inovação tecnológica e a participação de diferentes atores económico, sociais e culturais.</p> <p>5. Para o cumprimento do disposto nos números anteriores, a Concessionária pode celebrar protocolos de cooperação com as operadoras privadas de televisão ou de rádio que transmitam serviços de programas televisivos ou radiofónicos generalistas, assim como com os organismos e serviços públicos com atividade relevante no domínio internacional e da diáspora.</p> <p>6. Os serviços de programas de âmbito internacional podem transmitir emissões diferenciadas conforme o território, país ou região onde haja receção do seu sinal.</p> <p>7. A programação dos serviços de programas de âmbito internacional deve:</p> <p>a) Assegurar, com isenção e pluralismo, a cobertura informativa internacional de Portugal e dos principais acontecimentos das áreas geográficas onde haja receção do seu sinal, promovendo designadamente o debate sobre as diferentes realidades políticas, sociais e culturais e estabelecendo o operador internacional português como uma referência de confiança nessas áreas geográficas.</p> <p>b) Assegurar a cobertura de manifestações que constituam fator de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, política, cívica, social, cultural ou desportiva, utilizando as respetivas potencialidades como veículo essencial de manutenção de afinidades;</p> <p>c) Promover a ligação entre o país e/ou determinada região do país e as comunidades residentes no estrangeiro, designadamente através da emissão de programas que valorizem a língua e a cultura portuguesas, promovendo externamente o prestígio nacional e favorecendo uma representação da cultura portuguesa fluída, moderna e assente nos criadores nacionais e lusófonos; e</p> <p>d) Promover a abertura dos mercados internacionais aos agentes económicos e atores culturais portugueses.</p> <p>8. Junto dos serviços de programas televisivos e radiofónicos de âmbito internacional funciona um órgão consultivo representativo dos parceiros da Administração Pública e da sociedade civil que com eles se relacionem.</p>

Figura A.2
GRELHA DE CLASSIFICAÇÃO DOS PROGRAMAS ERC

MACROGÉNERO	GÉNERO	SUBGÉNERO
1. INFORMATIVOS		
	1.1. Serviço noticioso	Sem Subgéneros
	1.2. Reportagem	
	1.3. Debate	
	1.4. Entrevista	
	1.5. Comentário	
	1.6. Edição especial	
	1.7. Boletim Meteorológico	
	1.8. Magazine Informativo	
	1.9. Outro	
2. DESPORTIVOS		
	2.1. Noticiário desportivo	Sem Subgéneros
	2.2. Magazine desportivo	
	2.3. Evento Especial	
	2.4. Transmissão desportiva	2.4.1. Futebol
		2.4.2. Ténis
		2.4.3. Fórmula 1
		2.4.4. Rally
		2.4.5. Ciclismo
		2.4.6. Atletismo
		2.4.7. Hóquei em patins
		2.4.8. Eventos especiais
		2.4.9. Outro desporto (transmissão)
	2.5. Outro	Sem Subgéneros
3. FICÇÃO		
	3.1. Filme/Telefilme	Subgéneros
		3.1.1. Animação/Fantasia
		3.1.2. Comédia
		3.1.3. Drama/Romance
		3.1.4. Acção/Aventura
		3.1.5. Policial/Suspense
		3.1.6. Épico
		3.1.7. Terror
		3.1.8. Ficção Científica
		3.1.9. Guerra/Western
		3.1.10. Musical
		3.1.11. Erótico
		3.1.12. Outro
	3.2. Série	Subgéneros
		3.2.1. Animação/Fantasia
		3.2.2. Comédia
		3.2.3. Drama/Romance
		3.2.4. Acção/Aventura
		3.2.5. Policial/Suspense
		3.2.6. Épico
		3.2.7. Terror
		3.2.8. Ficção Científica
		3.2.9. Guerra/Western
		3.2.10. Musical
		3.2.11. Erótico
		3.2.12. Outro
	3.3. Telenovela	Sem Subgéneros
	3.4. Ficção Humor	
	3.5. Outro	

4. INFANTIS/JUVENIS		
	4.1. Animação/Desenhos animados	Sem Subgéneros
	4.2. Concurso/Jogo (Inf./Juvenil)	
	4.3. Ficção	
	4.4. Educativo	
	4.5. Informação Inf./Juvenil	
	4.6. Outro	
5. ENTRETENIMENTO		
	5.1. Concurso/Jogo	Sem Subgéneros
	5.2. Reality Show	
	5.3. Variedades	
	5.4. Talkshow	
	5.5. Humor	
	5.6. Infotainment	
	5.7. Outro	
6. CULTURAIS/CONHECIMENTO		
	6.1. Artes & Media	Subgéneros
		6.1.1. Música
		6.1.2. Artes visuais
		6.1.3. Pintura
		6.1.4. Escultura
		6.1.5. Design
		6.1.6. Fotografia
		6.1.7. Teatro/Cinema
		6.1.8. Publicidade
		6.1.9. Imprensa
		6.1.10. Média
		6.1.11. Rádio e Televisão
		6.1.12. Internet
	6.2. Humanidades	Subgéneros
		6.2.1. Literatura
		6.2.2. Línguas
		6.2.3. História
		6.2.4. História de Portugal
		6.2.5. História Universal
		6.2.6. Património Cultural
		6.2.7. Portugal
		6.2.8. Universal
	6.3. Ciências	Subgéneros
		6.3.1. Ciências Aplicadas
		6.3.2. Ciências Naturais
		6.3.4. Ciências Exactas
		6.3.5. Ciências Sociais
	6.4. Documentários	Subgéneros
		6.4.1. Históricos
		6.4.2. Científicos
		6.4.3. Vida animal
		6.4.4. Biográficos
		6.4.5. Outro documentário
	6.5. Espetáculo (exibição)	Sem Subgéneros
		6.5.1. Música
		6.5.2. Teatro
		6.5.3. Dança/Bailado
		6.5.4. Ópera
		6.5.5. Outro espetáculo
	6.6. Educativos	Sem Subgéneros
7. INSTITUCIONAIS E RELIGIOSOS		
	7.1. Religiosos	Sem Subgéneros
	7.2. Direito de Antena	
	7.3. Outro	

(Fonte: Manual de Classificação da ERC 2010; editado pela autora)

Figura A.3
CLASSIFICAÇÃO DOS PROGRAMAS RTP POR MACROGÉNEROS E GÉNEROS

MACROGÉNERO	GÉNERO
ATUALIDADES	ATUALIDADES
ARTES/CIÊNCIAS HUMANAS/ CIÊNCIAS	ARTES CIÊNCIAS CIÊNCIAS HUMANAS
DESPORTO	MAGAZINE DESPORTIVO AUTOMOBILISMO FUTEBOL FUTEBOL DE SALÃO ATLETISMO CICLISMO MANIFESTAÇÕES DESPORTIVAS VÓLEI HÓQUEI EM PATINS
DOCUMENTÁRIO	DOCUMENTÁRIO
EDUCATIVOS	EDUCATIVOS
ENTRETENIMENTO	TALK SHOW QUIZZ /CONCURSOS QUIZ / CONCURSOS (CRIATIVOS) ESPETÁCULOS / HUMOR INFANTIS
FIÇÃO	PEÇAS DE TEATRO SITCOM SÉRIE FILME
INFANTIL	IMAGEM REAL
INFORMAÇÃO	RETRANSMISSÕES PARLAMENTARES ASSUNTOS da ATUALIDADE DEBATES ENTREVISTA MAGAZINES INFORMATIVOS REPORTAGEM
MUSICAIS	MUSICAIS
RELIGIOSOS	INSTITUCIONAIS MISSAS RELIGIOSOS

(Fonte: GMediatx; editado pela autora)

Figura A.4
CLASSIFICAÇÃO DOS PROGRAMAS RTP POR MACROGÉNERO, GÉNERO, INTENÇÃO DO CONTEÚDO E CONTEÚDO

MACROGÉNERO	GÉNERO	INTENÇÃO DO CONTEÚDO	CONTEÚDO
1. ATUALIDADES	1.1. Atualidades	Aconselhamento Entretenimento (puro) Entretenimento Informativo Informação Informação/ comercial Informação com entretenimento	Acção Aconselhamento ao Consumidor África Ambiente Artes Artes e Média Assuntos correntes Assuntos do Consumidor Atletismo de Estrada Automobilismo Biografias Canções / Baladas Cantor / Autor/ Compositor Ciclismo de Estrada Ciência Ciência e Tecnologia Comédia Comédia por sketches Competição Concursos Conversa Coro Culinária e Alimentação
2. ARTES / CIÊNCIAS HUMANAS/ CIÊNCIAS	2.1. Artes 2.2. Ciências 2.3. Ciências Humanas	Aconselhamento Cultura Geral Entretenimento Informativo Informação pura Informação com entretenimento	Desporto Desportos Motorizados Docudrama Drama Clássico Drama Psicológico Economia / Mercado / Finanças / Negócios Educação
3. DESPORTO	3.1. Magazine Desportivo 3.2. Automobilismo 3.3. Futebol 3.4. Futebol De Salão 3.5. Atletismo 3.6. Ciclismo 3.7. Manifestações Desportivas 3.8. Hóquei Em Patins	Aconselhamento Cultura Geral Entretenimento Entretenimento (puro) Entretenimento Informativo Informação Informação pura Informação com entretenimento	ENTRETENIMENTO Eventos Especiais Eventos Internacionais Eventos Nacionais Fado Fantasia / Contos de fadas Futebol GENERALISTAS História
4. DOCUMENTÁRIO	4.1. Documentário	Aconselhamento Cultura Geral Entretenimento (puro) Informação com entretenimento Informação (pura) Informação com entretenimento Valorização Cultural	Hóquei Humanidades Humanidades e História Humor
5. EDUCATIVOS	5.1. Educativos	Cultura Geral Educação Entretenimento Entretenimento Informativo Informação com entretenimento Institucional Valorização Cultural	INFORMAÇÃO Informação e Assuntos Correntes Interesses Humanos e Sociais
6. ENTRETENIMENTO	6.1. Talk Show 6.2. Quizz/Concursos 6.3. Quiz / Concursos (Criativos) 6.4. Espetáculos Humor 6.5. Infantis	Aconselhamento Angariação de fundos Cultura Geral Entretenimento Entretenimento (puro) Entretenimento Informativo	Justiça Maratona Média Medicina / Saúde
7. FICÇÃO	7.1. Peças De Teatro 7.2. Sitcom 7.3. Série 7.4. Filme	Cultura geral Entretenimento (puro)	MÚSICA Música Clássica Música Tradicional/Música do Mundo Nacional Não Classificado
8. INFANTIL	8.1. Imagem Real	Entretenimento (puro) Entretenimento Informativo Informação	Natureza Natureza e Ambiente Noticiários
9. INFORMAÇÃO	9.1. Retransmissões Parlamentares 9.2. Assuntos da Atualidade 9.3. Debates 9.4. Entrevista 9.5. Magazines Informativos 9.6. Reportagem	Aconselhamento Cultura Geral Entretenimento informativo Informação Informação (pura) Informação com entretenimento Institucional Valorização Cultural	OUTROS / MISTOS / DESCONHECIDOS OUTROS / PRIVADO Poemas / Contos Política Política / Economia / Sociedade Pop
10. MUSICAIS	10.1. Musicais	Cultura Geral Entretenimento Entretenimento (puro) Entretenimento informativo Informação (pura) Valorização Cultural	Pop ligeiro Pop Rock Quotidiano e Comportamentos Realidade Religião Religião / Filosofia Romance / Melodrama
11. RELIGIOSOS	11.1. Religiosos 11.2. Missas	Doutrinação Entretenimento informativo Institucional	Sátira Saúde / Bem Estar / Família Sociedade Surprise Show Talentos Tecnologia Telenovela e Sitcom Turismo / Viagens Variedades (em branco)

(Fonte: GMediaTx; editado pela autora)

Figura A.5
GRELHA DE CLASSIFICAÇÃO DO MACROGÉNERO CULTURAIS/CONHECIMENTO – ERC

CULTURAIS / CONHECIMENTO		
MACROGÉNERO	GÉNERO	SUBGÉNERO
	Artes & Media	Música
		Artes visuais
		Pintura
		Escultura
		Design
		Fotografia
		Teatro/Cinema
		Publicidade
		Imprensa
		Média
		Rádio e Televisão
		Internet
	Humanidades	Literatura
		Línguas
		História
		História de Portugal
		História Universal
		Património Cultural
		Portugal
		Universal
	Ciências	Ciências Aplicadas
		Científicos
		Vida animal
		Biográficos
		Outro documentário
	Espectáculo (exibição)	Música
		Teatro
		Dança/Bailado
		Ópera
		Outro espetáculos
	Educativos	S/ Subgéneros

(Fonte: *Manual de Classificação da ERC 2010*; editado pela autora)

CURRICULUM VITAE

Joana Lourenço Ferraz

Intellectual Property – Legal Affairs, Media & Communication

joana.lourenco.ferraz@gmail.com

joana.ferraz@rtp.pt

PROFESSIONAL EXPERIENCE

Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

LEGAL AFFAIRS

Lisbon, 2010

- . National and international content acquisitions.
- . PMO - Project Management Officer.
- . Sports Rights.
- . Intellectual and Industrial property consultancy.
- . New Media production and exploitation (Online Media), business plans.
- . Exhibition Loan Agreements (RTP Museum).
- . Archive Content Management (RTP Audiovisual Archive).
- . Project management and integration.
- . IP pre-contentious counseling and litigation.
- . Privacy policy (RTP PLAY).
- . Commercial Agreements.
- . Distribution Agreements.
- . Coordination of internal training courses.

Media Producciones, S.L.

LEGAL AFFAIRS

Madrid, 2009 - 2010

- . Production and post-production contracts (cinema, TV, digital contents).
- . Distribution Contracts (Imagina).
- . New formats of audiovisual exploitation.
- . Cinema and TV Content Licensing (Antena 3).
- . Advertising technical and creative law services.
- . Copyright rights management.
- . Publishing Agreements (Publico).
- . Musical Edition.
- . Sports Rights (Mediagool).
- . Image Rights.
- . Privacy policy.
- . IP pre-contentious counseling and litigation.

Rooter Ruz Legal - New Technologies, Media And Entertainment Law

LEGAL CONSULTANT

Madrid, 2009

- . IP Management.
- . Public contracts.
- . Studies, legal guides and reports for the public and private sector in open source licensing (e.g. guide of acquisition of open source software for Cenatic).
- . Digital contents, video game licensing, etc.
- . Drafting contracts and licenses within the scope of intellectual property and contents (literary, theatrical, musical, audiovisual rights licensing).

- . Legal consulting within the framework of public contract.
- . Consultancy in the making of La Quinta Pared, a movie theater digital content creation and distribution company.
- . Copyright management and licensing of literary authors of great renown. (e.g. Miguel Hernández Centenary).
- . Negotiation of collective copyright licenses with copyright collecting agencies.
- . Consultancy for Festival de Cine de San Sebastián, 2009.

Consulgal - Engineering, Environment and Ventures

LEGAL AFFAIRS

Oporto, 2007 -2008

- . Legal consultancy (online) in civil engineering.
- . Project development reports.
- . Pre-contentious counseling and litigation consultancy.
- . Legal consulting and assessorial within the framework of public contracts.

Manuel Costa Martins, M^a Helena Pimenta & Brito Salvador, Lda.

INTERNSHIP

Aveiro, 2005

- . Conducting legal administrative functions.
- . Legal proceedings in civil and criminal areas.
- . Pre-contentious counseling and litigation.
- . Logistics and preparation of pre-contentious counseling and litigation.

ACADEMICS

Master Degree

CULTURAL MANAGEMENT - ENTERTAINMENT AND CREATIVE INDUSTRIES

ISCTE – University Institute of Lisbon

Lisbon, 2016

- . Cultural Management
- . Digital Narratives and Transmedia Entertainment
- . Organizations, Professions and Creativity
- . Management Control for Cultural Organizations
- . Public Policies for Culture
- . Reception, Fruition and Publics
- . Cultural Theories
- . European Policies for the Media
- . Multimedia Research Methods
- . Globalization, Art and Culture

Master Degree

INTELLECTUAL PROPERTY

Universidad Carlos 3 de Madrid

El Mundo's Best as Specialized Law Master and Spain's Best in Intellectual Property

Madrid, 2009

- . E – Commerce and Information Society
- . Computer Legal Software; Open Source Software; Software Licensing and Technology Transfer
- . Competence and IP Management
- . Data Bases and Personal Data Legal Policies

- . Publicity
- . Arbitrage
- . Negotiation Techniques
- . Photography and Plastic Arts
- . Publishing
- . Music Industry
- . Cinema and Audiovisual Works
- . Scenic Arts
- . Broadcasting

Post - Degree

LEGAL MEDICINE

ICBAS - Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar

Oporto University

Oporto, 2004

Law Degree

LAW

Universidade Portucalense

Oporto, 2006

ARTICLES

“A Nova Lei da Televisão – Ambiciosa, Mas Não Muito”

O Advogado, 5 (Setembro de 2011) 6-8.

(Considerations about The New Portuguese Television Law)

NON ACADEMIC TRAINING

COMMUNICATION AND VERBAL EXPRESSION

Lisbon, 2015

RTP Training Center

PEDAGOGICAL SKILLS DIPLOMA (RECYCLING)

Lisbon, 2014

TECLIFORM

ORATORY - THE ART OF SPEECH

Lisbon, 2011

Nova Acrópole

COURSE OF INTRODUCTION TO INTELLECTUAL PROPERTY

e-learning, 2009

WIPO – World Intellectual Property Organization

INFORMATION RIGHTS DIPLOMA

Oporto, 2008

Law School, Oporto University

LABOR LAW - GENERAL AND SPECIAL LAW CONTRACTS OPORTO

Oporto, 2007

Law School, Oporto University

PEDAGOGICAL SKILLS DIPLOMA
Oporto, 2006
Oporto Arts and Sciences Institute

INFORMATICS DIPLOMA
Oporto, 2003
Oporto Arts and Sciences Institute

TEACHING EXPERIENCE

INTELLECTUAL PROPERTY AND AUDIOVISUAL PRODUCTION
Nova University of Lisbon, 2015

INTELLECTUAL PROPERTY AND AUDIOVISUAL PRODUCTION
Nova University of Lisbon, 2014

CONTENT PROTECTION AND AUDIOVISUAL LICENSING
AICEP - International Association of Communications in Portuguese Language, 2013

INTELLECTUAL PROPERTY INTRODUCTION - GENERAL COURSE
Since 2012
Training Center of RTP

CONFERENCES AND SEMINARS

26º DIGITAL BUSINESS CONGRESS
APDC - Portuguese Association for the Communications Development
Lisbon, 2016

XXII SEMINAR PORTUGUESE-SPANISH-FRENCH-ITALIAN OF LEGAL THEORY
Lisbon Centre for Research in Public Law at the University of Lisbon School of Law
Lisbon, 2016

24º COMMUNICATION CONGRESS
APAD - Portuguese Association for the Communications Development
Lisbon 2014

Projep
COMMUNICATIONS REGULATION
AICEP - International Association of Communications in Portuguese Language
Lisbon, 2014

Relator:
INTELLECTUAL PROPERTY: "CRIME (?) AND PUNISHMENT (?)
"Information Society Forum for Internet Governance"
GMCS
Lisbon 2014

EUSCREENXL STRATEGIC WORKSHOP ON IPR REGULATIONS FOR AUDIOVISUAL HERITAGE
EUSCREENXL, Europeana Foundation
The Hague, 2014

23º COMMUNICATION CONGRESS
APDC - Portuguese Association for the Communications Development
Lisbon, 2013

PRIVACY, INNOVATION AND INTERNET
Portuguese Association for the Promotion and Development of Information Society

Lisbon, 2013

IT4LEGAL
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Lisbon, 2013

INTELLECTUAL PROPERTY IN THE DIGITAL AND MULTIMEDIA CONTEXT
Multimedia Association
Lisbon, 2013

22º COMMUNICATION CONGRESS
APDC - Portuguese Association for the Communications Development
Lisbon, 2012

OPERATION 7 DAYS WITH THE MEDIA (FOR THE 2º CONGRESS OF LITERACY, MEDIA AND
CITIZENSHIP IN 2013)
Iscte – University Institute of Lisbon
Lisbon, 2012

THE FUTURE OF BROADCAST TV – THE AGE OF CONVERGENCE
Iscte – University Institute of Lisbon
Lisbon, 2012

1911/2011 – CELEBRATING 100 YEARS OF PORTUGAL'S COMPLIANCE TO THE BERNE
CONVENTION AND LOOK TO THE FUTURE
Centro de Estudos de Direitos de Autor e Conexos
Lisbon, 2011

X PROFESSIONAL CONFERENCES: NEW BUSINESS MODELS - TRANSFORMATIONS IN THE
AUDIOVISUAL CHAIN OF VALUES
Fundación Audiovisual de Andalucía
Seville 2011

COPYRIGHT AND ACCESS TO THE INFORMATION AND CULTURE IN LATIN AMERICA: THE
ROLE OF PUBLISHER'S AND AUTHOR'S MANAGEMENT ASSOCIATIONS
Centro Español de Derechos Reprográficos
Madrid, 2009

VI AUDIOVISUALS INTERPRETATIONS IN LATIN AMERICA
AISGE – Artistas Intérpretes Sociedad de Gestión
Madrid, 2009

PUBLIC DIPLOMACY AND MASS MEDIA
Kaspar Ruklis – Vidzeme University College/Latvia
Oporto, 2008

LANGUAGES

- . Portuguese: native
- . English: very good
- . Spanish: proficient
- . French: fair

OTHERS

- . Literature Lover
- . Writer Experimentalist (Short Story Winner in 2011 FNAC's New Talents)
- . Travel Enthusiast