

Introdução

Serviço público – Uma perspectiva

Manuel Pinto*

O Projecto Mediascópio¹, de que o presente estudo é parcialmente resultado, visa estudar, em permanência, as transformações no campo da comunicação e dos *media* em Portugal no contexto internacional, tendo por base a informação e os discursos veiculados pelos próprios *media* informativos². É, pois, no quadro de uma cultivada atenção ao que se passa à nossa volta, enquanto investigadores e enquanto cidadãos, que decidimos estudar e disponibilizar o nosso estudo sobre o serviço público, um assunto sobre o qual alguns dos membros do grupo tinham já trabalho desenvolvido. Partimos, como sempre, neste projecto, das questões e interrogações que os acontecimentos já de si comportam, bem como das enunciações e reflexões formuladas por um conjunto de columnistas, políticos, jornalistas, responsáveis dos *media*, académicos e alguns “outsiders”, em textos publicados nos principais órgãos da Imprensa generalista portuguesa, na Primavera de 2002. Perguntar-se-á: porquê abordar este período ou só este período. É certo que assistimos noutros momentos à emergência de polémicas e tomadas de posição tendo como motivo a RTP e o serviço público. Julgamos, porém, que nunca como após a tomada de posse do

* Docente da Universidade do Minho (mpinto@ics.uminho.pt).

¹ O projecto “Mediascópio – Estudo da reconfiguração do campo da comunicação e dos *media* em Portugal” inscreve-se nas actividades do Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho e conta com o apoio financeiro da Fundação para a Ciência e Tecnologia, através do Programa Sapiens (Ref.: POCTI/COM/41888/2001).

² Os antecedentes deste projecto remontam a 1999 e um primeiro estudo, relativo ao período 1995-1999 foi objecto de uma publicação: M. Pinto *et al.* (2000). *A Comunicação e os Media em Portugal 1995-1999: Cronologia e Leituras de Tendências*. Braga: Departamento de Ciências da Comunicação da UM.

XV Governo Constitucional o debate foi tão intenso e extremado. E isto ficou a dever-se, em grande medida, ao facto de o Executivo saído das eleições de 17 de Março de 2002 ter decidido adoptar medidas drásticas, eventualmente susceptíveis de alterar radicalmente o quadro vigente de funcionamento do serviço público. Confrontado com uma situação económica na RTP por muitos considerada desastrosa e por muitos outros tida como resultado de contumaz incapacidade ou inépcia política, má gestão e incumprimento das obrigações financeiras por parte do Estado, o Governo substituiu – de forma polémica – a Administração, apontou a eventualidade de reduzir o número de canais e o do pessoal e colocou sobre a mesa o cenário da extinção da empresa, seguido da criação de uma nova entidade.

Importa recordar que, no Programa do XV Governo, se observa que “ao contrário do que seria desejável, o conceito e a prática do serviço público, em particular na televisão, têm sido fonte de polémica, de concorrência quase irracional com os operadores privados e de esbanjamento dos dinheiros públicos”. Mas aí figura também a intenção de promover a definição do que é o serviço público de rádio e de televisão “de forma consensual por constituir um pressuposto de qualquer política séria de comunicação social”.

Nesse documento programático, o Governo defende que o Estado “deve manter uma presença no sector audiovisual, concretizada num serviço público financiado de forma transparente e que contribua, pela via positiva e com agilidade, para a defesa dos interesses dos Portugueses e para um funcionamento mais saudável do mercado”. Todavia, a partir do momento em que a polémica eclodiu, foram várias as vozes que aproveitaram a “boleia” do processo político, para preconizar uma retirada total ou quase total do Estado do sector da comunicação social. O argumento apresentava-se aparentemente lógico e óbvio. Para José Pacheco Pereira, por exemplo, o programa do Governo, que considera “confuso e insusceptível de resolver qualquer problema de fundo”, recua numa posição anterior do Partido Social-Democrata de defender um serviço público “contratualizado com o sector privado”³. Outras posições exprimem a preocupação de que seja quantificado o SPT (Serviço Público de Televisão). Este é um registo em que sintoniza igualmente o programa do XV Governo e que levou o jornalista José Vítor Malheiros a observar, na sua coluna no *Público*, que se assiste, neste processo, à redução do serviço público a um “pacote de actividades” e à inerente tentativa de propor uma “televisão com serviço público”, em vez de uma “televisão de serviço público”, onde o serviço público “não seja uma alínea da programação mas a sua estratégia directriz, a sua razão de ser”⁴.

³ Cf. Por exemplo, José Pacheco Pereira (2002). “Nem ‘Serviço’, nem ‘Público’”. *Público*, 9 de Maio de 2002. Esta posição seria reforçada dois dias depois, no mesmo jornal, por José Manuel Fernandes.

⁴ José Vítor Malheiros (2002). “Meia Hora de Serviço Público?”. *Público*, 14 de Maio de 2002.

Como se vê, parece existir um déficit de dilucidação e de esclarecimento sobre o próprio conceito de serviço público. Do nosso ponto de vista, porém, o problema que aqui está em apreciação não é de ordem terminológica ou semântica, mas de natureza eminentemente ideológico-política. Subjacentes ao debate sobre o serviço público de televisão estão concepções, mundividades e projectos distintos de sociedade. E alguns dos equívocos deste debate poderão residir precisamente na redução do problema a uma questão de definição conceptual, como se o sentido e alcance dos conceitos se recortassem de forma descontextualizada e à revelia dos modelos de organização e gestão da vida social.

Cabe observar que mesmo a perspectiva minimalista, como é a daqueles que sustentam que o Estado se deve retirar da posse, controlo e intervenção directa no meio televisivo, deixando o campo aberto à iniciativa privada, defende que há lugar para pensar e definir um “serviço público”.

A questão de fundo que emerge dos debates e posicionamentos conhecidos parece, pois, residir no confronto entre aqueles que, temendo a lógica redutora de natureza mercantil, crêem que ao Estado continua a caber um papel relevante de promoção do interesse público e, por outro lado, aqueles que, descrentes nas capacidades e na eficiência do Estado, consideram que o mercado fará o que há a fazer com mais sucesso e a preço mais baixo.

Não devemos ser ingénuos ao ponto de pressupor ou sugerir que à arena deste debate se apresentam apenas os portadores de ideias e visões desinteressadas do que deva ser o futuro do panorama audiovisual. Concedendo que haja, na arena pública, vozes preocupadas essencialmente com o bem comum, não se pode esquecer que coexistem igualmente variados, fortíssimos e contraditórios interesses, empenhados em fazer valer as respectivas posições. O que é, em si mesmo, perfeitamente legítimo, desde que assumido e explicitado.

Sem negar o interesse e relevância que possuem as orientações que se evidenciaram no debate havido, consideramos que são manifestamente insatisfatórios quer os seus termos de referência quer o leque de actores que neste processo têm tomado – e costumam tomar – parte. E é também por isso que nos propomos intervir, partilhando as nossas ideias, interrogações e propostas.

Temos a consciência clara de estar a pisar um terreno complexo, em que são muitas as paixões exacerbadas e em que se torna por vezes difícil distinguir o essencial do acessório e construir um mínimo de distanciamento necessário. Ao fazê-lo, não nos move a pretensão de marcar a agenda política imediata, mas de inscrever nos debates que certamente não se encerram com a eventual tomada de decisões sobre o futuro do serviço público, questões de fundo, que tangem não apenas ao serviço público de televisão, mas igualmente ao modo de o definir e implementar. Também por isso não nos furtamos a apontar linhas de intervenção e mesmo soluções que nos parecem desejáveis e possíveis; ainda que o registo em que nos colocamos seja preferencialmente a definição dos parâmetros e das metodologias de acção.

Salvo algumas honrosas exceções, as universidades, os centros de investigação e os académicos em geral têm estado bastante alheados do estudo das políticas de comunicação e da pesquisa relacionada com os *media* e em particular a televisão. É certo que a investigação e o ensino são realidades relativamente recentes em Portugal, mas até por isso se torna necessário recuperar do nosso atraso e contribuir para que as opções políticas e culturais se apoiem em conhecimento rigoroso do terreno. A nossa quota-parte nesse processo queremos-la assumir por inteiro.

Neste estudo, propomo-nos apresentar, apoiados em trabalhos inspiradores de outros estudiosos, contributos para um projecto de serviço público de televisão caracterizado pela efectiva participação do público em todas as etapas da sua definição e implementação. Fazemo-lo no pressuposto de que não é suficiente a titularidade pública de um operador, a independência da sua acção e a definição de um certo tipo de conteúdos para que o canal ou canais assim operados se distingam de forma significativa dos operadores privados. Estamos convencidos de que se impõe que a entidade pública de televisão defina e concretize um outro modo de estar presente na sociedade, explorando modalidades de comunicação que abram as portas às instituições, grupos e organizações da sociedade civil, às suas iniciativas, preocupações e situações. Isto é, que torne a televisão pública uma verdadeira televisão dos cidadãos.

A televisão: uma questão de cidadania

A afirmação de que a televisão – e por maioria de razão a televisão pública – é uma questão de cidadania tem pressupostos teóricos e consequências práticas que os autores deste trabalho gostariam de explicitar.

Os pressupostos referem-se, como não podia deixar de ser, à concepção de sociedade e ao lugar que os meios de comunicação social nela ocupam.

Os estudos sociológicos sobre a televisão são em grande medida marcados por um mediocentrismo do qual não partilhamos. Por mediocentrismo entendemos as orientações, correntes e abordagens, teóricas e empíricas, que colocam os meios de comunicação como perspectiva e centro organizador da análise e que tendem a ver a vida social como que gravitando em torno deles.

Para as orientações mediocêntricas, o poder da iniciativa está no centro, ou seja, nos *media*, cabendo à envolvente um papel predominantemente passivo, de destinatário. O modelo de comunicação é, assim, assimétrico, predominantemente de sentido único, irradiando do centro para a periferia.

No caso da televisão, é ao operador que compete definir e pôr em prática uma estratégia de acção que consiga impacto na sociedade. Embora se trate de uma acção balizada no plano jurídico-legal e, de forma mais difusa, no plano cultural, a experiência mostra que a lógica de acção das televisões é de tal modo pesada e complexa, que se torna difícil contrariá-la e fazê-la inflectir.

Seja pelos mecanismos do mercado e da inerente busca da maximização do volume e características das clientelas, seja pelas pressões e jogos do Estado e dos governos, permanentemente tentados pela influência e busca do assentimento às políticas do momento, a lógica televisiva dificilmente se exime a uma teia de interesses e de estratégias que tendem a fazer da TV generalista um poderoso instrumento de conquista. Entendemos que um serviço público de televisão, para que efectivamente o seja, só tem vantagens em se libertar destas amarras e conquistar o seu espaço autónomo, entrosando-se de forma progressiva e consistente com as dinâmicas e as instituições sociais.

É de reconhecer que, de um ponto de vista teórico, há riscos na operação aqui implícita de colocar em contraposição a Sociedade ao Estado e ao Mercado. De facto, só por exigências da análise essa contraposição se pode fazer. De facto, o mercado constitui um âmbito para a acção dos cidadãos e um dos eixos fundamentais de estruturação da sociedade, enquanto que o Estado é a expressão da organização política da sociedade com vista à resposta aos interesses colectivos e não primeiramente aos interesses particulares.

As últimas décadas têm permitido assistir a transformações profundas na relação entre estes pólos. O mercado, cada vez mais internacionalizado e globalizado foi-se sobrepondo ao Estado, acantonado numa lógica de acção acentuadamente nacional. Se houve períodos na História em que o Estado dominou a Sociedade, actualmente o Mercado sobrepõe-se, a ponto de ser por vezes erigido em instância central e decisiva da vida pública e privada. Como escreveu recentemente Boaventura de Sousa Santos, “ao dominar a esfera da autonomia dos cidadãos, o Mercado passou a estar na base da concepção dominante da sociedade civil”⁵. Ora, se é certo que não se pode prescindir do lugar e papel do Mercado numa análise das dinâmicas sociais, não é menos certo que ele constitui uma dimensão da sociedade e não se pode confundir com ela ou sobrepor-se-lhe.

A televisão de serviço público tem sido, em nosso entender, um instrumento eficiente e poderoso no quadro de uma “acção estratégica” no sentido em que Habermas utiliza o conceito. Mas dessa acção quem sai a perder é a sociedade civil e os cidadãos em geral. O motivo fica a dever-se ao facto de os programas políticos e a acção do operador televisivo não descolarem da lógica do jogo Estado-Mercado.

Correlativamente, podemos dizer, pela afirmativa, que a televisão de serviço público se diferencia como realidade específica, quando e na medida em que se assume como uma instituição da sociedade, agindo em estreita relação com as outras instituições, vocacionada para lhes dar vez e voz, sem estar condicionada pelas exigências do sucesso, embora também não as enjeitando. É nesta relação de horizontalidade, dando corpo a um projecto de acção comunicativa

⁵Boaventura de Sousa Santos (2001). “A Sociedade Civil Global”. *Visão*, 8 de Fevereiro de 2001.

de natureza mais interactiva, que vemos emergir o sentido da existência de um operador televisivo actuando em nome da comunidade e ao seu serviço.

Não se trata apenas, por conseguinte, de uma questão de contextualização da análise deste problema na vida social. Trata-se de fazer da vida social o centro de gravidade a partir do qual o serviço público é pensado, se estrutura e se concretiza. É a acção social, na variedade das suas formas, agentes e contextos, que dá sentido ao serviço público. É no quadro das dinâmicas sociais que os cidadãos, individual ou organizadamente, podem assumir o serviço público como coisa sua, como espaço e oportunidade para tomar a palavra e reconhecer a palavra dos concidadãos.

A exigência de ruptura – teórica e empírica – com a perspectiva mediocêntrica, que atrás referíamos, adquire agora uma maior nitidez. Não porque não seja legítimo pensar um determinado meio de comunicação (ou o sistema mediático no seu conjunto) a partir dele próprio. Mas porque, no debate sobre os destinos e as opções em jogo quanto ao serviço público de televisão, é a orientação sociocentrada que (nos parece aquela que) mais permite recortar a especificidade, alcance e sentido desse mesmo serviço público. Tal orientação engloba duas componentes: uma diz respeito à matéria substantiva do SPT; a outra refere-se à metodologia e posicionamento. Examinemos, sumariamente embora, cada uma delas.

Os conteúdos do serviço público

A televisão de serviço público afirma-se e diferencia-se pelo seu carácter de referência e de exemplaridade. Em lugar de nivelar por baixo, põe a fasquia da exigência o mais elevada possível, no que toca ao profissionalismo, às especificidades do discurso e estética televisivos, à capacidade de despertar interesse e de alargar horizontes. Não envereda por uma política minimalista que se circunscreve aos mínimos que a lei prevê.

Esta “excelência”, que deve constituir uma permanente meta a perseguir, não se pode confundir, no estilo e nas formas, com sisudez ou elitismo. A televisão incorpora na sua natureza uma componente relevante de entretenimento que importa cultivar com bom gosto e descomplexadamente, de forma equilibrada com emissões mais informativas e formativas. Nenhum género televisivo deve ser, à partida, estranho à televisão de serviço público, porquanto a “pedra-de-toque” não se situa ao nível dos géneros, mas antes no modo de os tratar e de confeccionar com eles a grelha de programação. Virtualmente, uma telenovela de qualidade ou um espectáculo pedem uma dignidade e um nível análogos aos de um documentário ou de um debate de um assunto de actualidade.

Não entendemos a televisão como uma escola e demarcamo-nos de uma frequente propensão de alguns sectores, que gostariam de ver os canais de TV

transformados em telescolas. O meio televisivo não se sobrepõe (nem é previsível que se venha a sobrepor) à instituição escolar. Todavia, isto não significa pressupor que a TV não ensina ou que não constitui, para segmentos da população com menores possibilidades de acesso aos bens da cultura, uma janela que alarga significativamente os horizontes da vida quotidiana. Não é sensato pedir aos operadores televisivos que desempenhem papéis que são próprios de outras instituições ou que se substituam à iniciativa e às atribuições que seria de esperar de outras entidades. Mas é legítimo esperar de uma televisão que se pauta pelo serviço aos cidadãos que tenha em conta, nas suas decisões estratégicas e nas opções de natureza conjuntural, as carências e as assimetrias do “país real”. E que possa, inclusivamente, pôr em marcha, em articulação com outras instituições socioculturais, projectos e iniciativas que respondam a necessidades e prioridades da vida pública, numa perspectiva de promoção cultural e de facilitação de recursos para a acção no terreno. Neste contexto, pode não ser destituído de cabimento recorrer ao serviço público de televisão para o desenvolvimento de programas voltados para a educação rodoviária, ambiental ou sexual, para a educação para os *media*, para a mestria no uso da língua portuguesa ou no campo matemático, ou ainda para a iniciação em línguas estrangeiras. O que importa é conjugar, na concepção e produção de tais programas, a competência de instituições da sociedade civil e a competência de profissionais do audiovisual e outros profissionais, procurando assegurar a conciliação da aprendizagem com a motivação e interesse.

A situação das crianças mais pequenas, com frequência carentes ao nível do acompanhamento e ocupação; assim como os mais idosos, em muitos casos sós e depauperados, deveriam merecer uma atenção muito particular do operador público, dando continuidade a projectos e experiências que se revelaram de enorme importância no passado.

Uma televisão pública não inibida nas suas possibilidades de actuação a não ser no que se refere ao sensacionalismo ou à demagogia; uma televisão atenta ao país que somos e ao mundo em que vivemos, apreciadora das pessoas e dos grupos sociais, na diversidade das situações em que se encontram, pode ser uma televisão com audiência significativa. Para tal, torna-se necessário que ponha especial cuidado na programação para a generalidade da população e, por conseguinte, à confecção do “prime time”.

Mas uma programação atenta às maiorias deve ser compaginável com uma programação a pensar nas minorias, seja mediante a diversificação de horários, seja mediante ao recurso a canais específicos.

Em resumo, diríamos que a programação e acção estratégica do canal público deveriam ser orientadas de modo a proporcionar aos cidadãos e à população em geral uma informação rigorosa, diversificada e equilibrada sobre os assuntos que fazem a actualidade (do âmbito local ao planetário; do generalista ao especializado); uma contextualização das questões de actualidade, conduzida

nomeadamente através de debates pautados pela pluralidade ideológica e temática; um alargamento dos horizontes da vida, através da representação de realidades diversas e a criação de mundos possíveis; uma descompressão adequada aos tempos de lazer e de descontração. Entendemos que as reticências relativamente à função de entretenimento e distração televisivos que por vezes se observam em sectores ilustrados decorrem de um preconceito cultural que urge combater e ultrapassar. De facto, o entretenimento constitui uma dimensão imprescindível ao equilíbrio individual e um factor relevante da qualidade de vida. Tudo depende do investimento (criativo, económico) que a ele é afectado. Aquilo que não se pode aceitar – e que há que combater – é a ideia de que televisão de qualidade conota necessariamente sisudez, esforço, estímulo intelectual, e seria incompatível com alegria, relaxamento e gozo.

Tais objectivos singelos mas nem por isso menos exigentes pressupõem uma redobrada atenção à concepção e produção dos conteúdos, aos termos de referência e cadernos de encomendas feitos aos criadores e às entidades produtoras e mesmo um acompanhamento exigente da publicidade emitida.

Os processos na construção da identidade do SPT

Um serviço público de televisão que não cuida do modo de estar presente na sociedade dificilmente será um serviço à comunidade. Se o serviço público se posiciona como se fosse o centro do mundo e como se a sociedade fosse o seu espaço de irradiação, torna-se inelutavelmente um centro difusor para uma audiência, em última análise, de costas voltadas para os cidadãos.

A participação dos cidadãos no seu serviço público constitui a questão decisiva que importa equacionar e explorar, em ordem a criar as condições para alterar em profundidade aquilo que tem sido e continua a ser tradição no quadro português. Foi para reforçar esta orientação que o presente trabalho foi pensado. Mas é necessário esclarecer que o entrosamento do serviço público com a vida social, que aqui sustentamos, não pode ser paralisante da decisão, nas esferas em que ela pode e deve ocorrer. Não defendemos um cenário, que seria estulto, de uma discussão interminável, que redundaria quase inevitavelmente numa irresponsabilização generalizada. Defendemos a procura de soluções participadas, mas exequíveis, e a todos os níveis de responsabilidade avaliáveis.

O investimento em processos participativos implica, desde logo, linhas de acção que passam, nomeadamente, pela prática das audições públicas em todos os processos e momentos importantes de decisão, nomeadamente ao nível da produção legislativa. Requer igualmente a construção de uma cultura de consensualidade entre as principais forças políticas em torno dos grandes eixos de desenvolvimento do SPT, com vista a assegurar a independência do operador

público face aos poderes do momento, a continuidade dos programas de acção e o planeamento para além do curto prazo.

Esse caminho dificilmente se fará sem cuidar de reforçar as entidades de regulação e de acompanhamento da programação, nomeadamente através da qualificação dos representantes da sociedade civil, da dotação de meios de acção e da procura de eficácia dos pronunciamentos. Neste sentido, tanto o operador como as instâncias de regulação e acompanhamento poderão contraturalizar a monitorização da programação e a acção geral do operador de SPT, a fim de habilitar análises e decisões baseadas em estudos rigorosos.

O desenvolvimento de novas metodologias de estudo das práticas de uso da televisão, e em especial do serviço público, orientadas pela preocupação de conhecer as dimensões mais qualitativas dos usos e seus contextos, dos significados e relevância no dia-a-dia dos utilizadores, bem como o entrelaçamento das práticas televisivas com as restantes práticas socioculturais parece ser igualmente um desiderato a perseguir.

Os canais de contacto e reconhecimento entre o operador e os cidadãos necessitam, a nosso ver, de ser objecto de cuidado muito especial. As pessoas, grupos ou instituições que tomam a iniciativa de emitir uma crítica ou um protesto e de apresentar uma sugestão ou um aplauso deveriam encontrar do lado dos canais serviços acolhedores competentes e sensíveis e expeditos no tratamento desse material. E sobretudo, seria importante que na própria programação se fizesse presente a acção de um Provedor do Telespectador.

Pensamos que se torna igualmente possível, no novo quadro tecnológico em que nos situamos, buscar novas formas de participação dos cidadãos ao nível da produção de materiais e/ou de programas, nomeadamente (mas não só) através de uma interacção mais estreita com criadores e instituições com potencialidades de produção de conteúdos.

Os desenvolvimentos tecnológicos mais recentes e aqueles que se desenham para o médio prazo são algumas vezes utilizados como argumento para aniquilar ou, pelo menos, pôr em causa a existência de um serviço público. Na medida em que se facilitará a multiplicação de canais disponíveis, o problema da escassez que caracteriza(va) o espectro hertziano irá alterar-se de forma acentuada. Mas não basta que se multipliquem os canais. É necessário ainda que se diversifiquem os conteúdos – o que não é seguro, nos actuais cenários – e, sobretudo – ponto fulcral neste debate –, é necessário que os cidadãos tenham a possibilidade real de a eles aceder.

Em todo o caso, a convergência de tecnologias e de funcionalidades, a integração de serviços e a interactividade que se perspectiva para o televisor (acesso à Internet; guias electrónicos de programação; “video on demand”; “pay-per-view”; “home shopping” e “home banking”, sem esquecer as possibilidades de interacção/interferência com os próprios conteúdos), se podem ser orientados para a potenciação do mercado e do consumo, podem igualmente ser utiliza-

dos para a participação dos cidadãos nos assuntos que mais directamente lhes dizem respeito, para acolher e fazer ouvir a sua voz e para apoiar projectos inovadores no âmbito da vida social e da criação cultural. Será de esperar que o operador a quem compete proporcionar o SPT seja capaz de accionar esta panóplia de possibilidades, conferindo à iniciativa neste campo uma orientação não para o negócio mas para o aprofundamento e enriquecimento do espaço público.

Dos debates havidos no seio do grupo fica-nos a percepção e mesmo a convicção – ilustrada e aprofundada nas páginas que se seguem – que, para levar à prática as linhas estratégicas aqui esboçadas, será preciso uma mudança em profundidade na instituição RTP. Sendo difícil instaurar rupturas drásticas e profundas num corpo que se foi fazendo ao longo do tempo, admitimos que sem elas possa ser difícil criar as condições de explorar um percurso novo e uma nova forma de estar. Mas também nos parece que, se não for para fazer tal percurso com os cidadãos e ao seu serviço, não compensará abrir as feridas que porventura vai ser preciso abrir. Uma coisa é certa: a razão económica – e por maioria de razão economicista – pode ser uma razão muito forte e até determinante para a mudança. Mas será sempre e necessariamente uma razão coxa, que fere sem objecto e mata sem sentido. Não é essa a radicalidade das medidas para que aqui apontamos.

O leitor não deverá procurar neste livro nem um manual sobre o *modus faciendi* do serviço público de TV, nem muito menos um programa de acção. Num país com graves carências ao nível dos estudos sobre os seus *media* e, *a fortiori*, sobre o seu serviço público, preferimos enunciar e discutir parâmetros e formular uma metodologia, sem, no entanto, nos esquivarmos às questões mais concretas.

O itinerário que propomos encontra neste primeiro capítulo um arranque que se propõe como enquadramento geral do problema, procedendo à sua contextualização e à definição dos pressupostos em que este contributo assenta.

Segue-se um capítulo da autoria de Joaquim Fidalgo, que procede ao levantamento e cruzamento de conceitos e acepções relacionados com o serviço público, não tanto com o intuito de propor uma definição de serviço público de televisão, mas, acima de tudo, de arrumar um pouco a casa, neste frondoso e minado terreno conceptual.

O capítulo seguinte elaborado por Helena Sousa e Luís Santos analisa a RTP e o serviço público no quadro da economia política dos *media*, vincando a trajectória histórica do operador público português e realçando o facto de, com excepções relevantes, ter existido mais voltado para o Estado do que para a Sociedade.

Não podia deixar de figurar aqui uma análise e uma proposta de linhas orientadoras relativamente à lógica de programação de serviço público, à constru-

ção da grelha e à filosofia de produção dos programas. Desta matéria se encarrega Felisbela Lopes, uma autora que regressa ao estudo do serviço público, depois de ter analisado o *Telejornal* desde esse ponto de vista⁶.

Uma questão incontornável para quem reflecte sobre o problema que aqui nos ocupa diz respeito ao lugar que cabe (ou não) à publicidade. Para Helena Gonçalves e Helena Pires, que abordam o assunto, não se trata apenas de analisar em que medida constitui a publicidade uma modalidade de financiamento e, existindo, qual a expressão que deve ter. Para as autoras, a publicidade é uma fonte de receitas, mas é igualmente um terreno de criatividade e uma forma de expressão cultural que o serviço público deve cuidar com especial atenção.

Considerando a orientação adoptada nesta abordagem do serviço público, não se poderia deixar de dar uma ênfase especial ao papel dos cidadãos no serviço público de televisão. É sobre essa matéria que Manuel Pinto se debruça, revendo e debatendo os conceitos de audiência, propondo uma abordagem ecológica da televisão e relacionando essa abordagem com os modernos conceitos de cidadania.

Por fim, e sob a forma de conclusões e recomendações, enunciam-se os vários aspectos que, do ponto de vista dos autores deste estudo, deveriam ser tidos em conta no desenho, materialização e acompanhamento do serviço público de televisão.

⁶ Felisbela Lopes (1999). *O Telejornal e o Serviço Público*. Coimbra: Minerva.