



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

A qualidade do serviço público de televisão segundo os portugueses e os seus consumos televisivos

Sofia Moreira

Abril de 2017

Numa altura em que o serviço público de televisão é posto em causa, e com as mudanças cada vez mais repentinas no que aos consumos mediáticos diz respeito, é importante manter um debate saudável relativamente ao futuro. Um debate em que todas as opiniões são pesadas e medidas, em que o interesse público se sobrepõe ao interesse do público. É esta a posição defendida por muitos teóricos e profissionais da comunicação. No âmbito da unidade curricular de Métodos de Investigação em Comunicação, realizei uma pesquisa que visa entender de que forma é que a opinião dos portugueses relativamente ao serviço público de televisão existente em Portugal, poderá ser explicado pelos diversificados consumos televisivos dos mesmos.

Definido o tema subjacente, foi necessário contruir uma pergunta de partida que conduzisse o presente trabalho: até que ponto é que a opinião sobre a qualidade do serviço público de televisão (SPT) em Portugal poderá ser explicada pelos diferentes consumos de televisão?

Foi um jurista francês, Léon Duguit, que estabeleceu o conceito e a noção de serviço público como fundamento do Estado e seu limite. Apesar desta definição, existe alguma polémica em torno deste conceito, não há muito consenso em relação ao seu significado, existindo várias opiniões em relação ao mesmo. Pedro Gonçalves defende, em “A Concessão de Serviços Públicos”:

Há serviço público quando a uma entidade pública é confiada uma atividade de prestação em benefício de outras entidades públicas (v.g., abastecimento de água pelo Estado aos municípios), assim como pode haver serviços públicos “sem utentes determinados” (com quem o gestor possa constituir uma relação jurídica de prestação), como são os casos dos serviços públicos de telecomunicações de difusão ou o serviço de iluminação pública. (Gonçalves, 1999, p.37)

No caso de Portugal, os serviços públicos inseridos na categoria de “essenciais” são os seguintes: serviço de fornecimento de água, de energia elétrica, de gás natural e gases de petróleo liquefeitos canalizados, serviço de comunicações eletrónicas, serviços postais, de recolha e tratamento de águas residuais e serviços de gestão de resíduos sólidos urbanos.

Tendo em conta a temática estabelecida do presente trabalho, é necessário definir o conceito de serviço público de televisão (SPT): nascida em 1956, a Radiotelevisão Portuguesa (RTP) é a concessionária do serviço público televisivo em Portugal. Nos termos do artigo 38.º, n.º 5, da

Constituição da República Portuguesa, e do artigo 5.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), cabe ao Estado assegurar a existência e o funcionamento de um serviço público de televisão, cujos princípios, obrigações, concessão, serviços de programas, financiamento e controlo estão consignados no Capítulo V da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (artigos 50.º a 57.º). “Trata-se de um tema de cidadania, pois não só lhe são atribuídos anualmente muitos milhões de euros com que os portugueses contribuem pelos impostos para o bem comum, como os conteúdos televisivos são feitos em nome do interesse público” (Cintra Torres, 2011, p.77). É importante referir que, genericamente, se atribui aos meios de comunicação social três funções principais: a de informar, a de educar e, por último, a de distrair/entreter.

A televisão é considerada um hábito social e cultural, é a principal fonte de informação existente e aquela a que as pessoas mais recorrem, sendo o meio de comunicação social mais utilizado pelas mesmas, ontem e hoje (Kubey & Csikszentmihalyi, 1990, p. 24). Eduardo Cintra Torres define a televisão como sendo os seus conteúdos, condicionados por quem apresenta (canal público ou privado, pago ou gratuito, português ou estrangeiro, etc.) ou constringe (Estado, União Europeia, sociedade civil, etc., e também os seus públicos-alvo ou efetivos, as audiências) (Cintra Torres, 2011, p. 16).

O consumo televisivo possui várias dimensões que devem ser mencionadas e especificadas. É possível separar o consumo dos canais por cabo (pago) do dos canais generalistas (gratuito, no caso de Portugal continental), e dentro do último, distinguir os canais públicos dos privados. Outra dimensão é a das audiências que podem ser do canal em geral ou de um programa em específico do mesmo. Os vários meios que possibilitam o consumo televisivo são também uma dimensão (monitor televisivo, computador, *tablet*, *smartphone*, entre outros). Por último, é também possível distinguir o consumo televisivo direto do em diferido (ERC, 2016, p. 32), (ver esquema em “anexos”).

Segundo um estudo realizado pela Entidade Reguladora dos Meios de Comunicação Social (ERC), em 2008, comprovou-se que “a televisão [...] é, de longe, o meio de comunicação social mais utilizado pelos residentes em Portugal, independentemente da idade, do sexo, das habilitações escolares e da região do país onde vivem” (ERC, 2008, p. 67). Verificaram também que, na opinião dos inquiridos, a televisão é um dos meios mais capacitados para informar. No entanto, quando se trata de credibilidade, a rádio ultrapassa os jornais e a televisão. Podemos supor que não existe,

portanto, uma relação direta entre a capacidade informativa e a credibilidade dada a um determinado meio de comunicação social.

Os inquiridos, quando “interrogados sobre a eventual interferência dos governos nos conteúdos dos media, destacam a televisão, como suscetível de ser objeto de maiores pressões” (ERC, 2008, p.78). A RTP1 e a RTP2 são os canais que apresentam menor audiência em comparação com os outros canais generalistas e, tendo um público tendencialmente masculino, pouco escolarizado e mais velho. Supomos, então, que existe uma relação entre o grau de escolaridade das audiências dos canais públicos e a credibilidade desses canais, na medida em que quanto mais escolarizada for a audiência, menor credibilidade (política) a mesma concede aos canais referidos.

Tendo em conta que os públicos mais escolarizados necessitam de procurar conteúdos que satisfaçam as suas necessidades a outros canais que não sejam os gratuitamente disponíveis, podemos supor que existe uma relação entre a adesão à televisão por cabo e a escolaridade dos clientes, na medida em que o público da televisão por cabo é mais escolarizado do que o público dos canais generalistas.

Eduardo Cintra Torres afirma que agora se sente “um desprezo pela própria empresa (*SPT*), por ser inútil e não dar a esses cidadãos descontentes conteúdos que considerem ser serviço público” (Cintra Torres, 2011, p. 78). Este descontentamento com o SPT levou a que o mesmo entrasse numa espécie de crise, tal como é defendido por Joaquim Fidalgo:

A crise que vai afetando o SPT é definida por alguns autores (v. Yves Achille, citado por Raboy, 1996) como uma crise tripla: de financiamento, de funcionamento e de identidade. No fundo, trata-se de ver até que ponto ele deve e/ou pode encontrar, nestas novas condições, um lugar próprio e um papel específico, que seja vantajoso para o conjunto da sociedade e para todas as partes que a compõem (Fidalgo, 2003, p. 4).

Para concluir, é importante refutar a ideia da necessidade de um debate aberto em relação ao futuro do serviço público de televisão em Portugal.

Anexos



Figura 1



Figura 2

Figura 1 e 2: esquemas referentes às operacionalizações dos conceitos “opinião acerca do SPT em Portugal” e “consumo televisivo generalista e por cabo”.

Bibliografia

Sousa, J. (2000). *As notícias e os seus efeitos*. Coimbra: Minerva.

Gonçalves, P. (1999). *A concessão de serviços públicos*. Coimbra: Livraria Almedina.

Kubey, R. & Csikszentmihalyi, M. (1990). *Television and the quality of life: how viewing shapes everyday experience*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Cintra Torres, E. (2011). *A Televisão e o Serviço Público*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Pinto, M. (2005). *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público*. Campo das Letras.

Webgrafia

ERC, Entidade Reguladora dos Meios de Comunicação Social. (2008). *Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social*. Acedido em <https://goo.gl/OpGbTE>

ERC, Entidade Reguladora dos Meios de Comunicação Social. (2016). *As novas dinâmicas do consumo audiovisual em Portugal*. Acedido em <https://goo.gl/m8t1vH>

Fidalgo, J. (2003). *De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão*. Acedido em <https://goo.gl/bmWMcK>

Sousa, H. & Santos, L. A. (2003). *RTP e Serviço Público: um percurso de inultrapassável dependência e contradição*. CECS (Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade). Acedido em <https://goo.gl/zOQlfd>

Espanha, R. & Soares, L. & Cardoso, G. (2004). *Do multimédia ao wireless: as dietas mediáticas dos portugueses*. CIES-ISCTE. Acedido em <https://goo.gl/zJPFWG>