



De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão? ¹

Joaquim Fidalgo

jfidalgo@ics.uminho.pt

Palavras-chave: televisão, serviço público, canais comerciais, Estado, audiências.

1. O consenso inicial

No princípio, o Serviço Público de Televisão (SPT) – ou, mais latamente, o “Public Service Broadcasting”, por incluir também a rádio – era relativamente fácil de definir e aceitava-se de modo bastante consensual. O seu aparecimento, com os contornos que nos fomos habituando a identificar, costuma associar-se à criação da BBC, no Reino Unido, em 1926, cujo carácter pioneiro acabou por servir, em boa medida, de “padrão” e modelo orientador para os diversos países do espaço europeu.

¹ Texto elaborado no âmbito do projecto de investigação colectivo *Mediascópio – Estudo sobre a reconfiguração do campo da comunicação e dos media em Portugal*. O texto foi entretanto publicado, como capítulo de livro (pp. 13-32), em Pinto, M. & Sousa, H. (coord.) (2003), *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*. Braga: Instituto de Ciências Sociais / Universidade do Minho.

Durante décadas, a situação manteve-se estável, desde logo porque funcionava em regime de **monopólio** – e monopólio **do Estado**. Ou seja, era assumido tacitamente que a um “serviço público” de televisão correspondia um “servidor público”, um operador de propriedade, financiamento e controlo **estatais**, e a quem era reconhecido facilmente o “estatuto formal de instituição do domínio público” (Sondergard, 1999: 22). Sucedia isto, convém recordar, num contexto particular, tanto em termos políticos como tecnológicos, quando parecia óbvio que se cometesse ao Estado a gestão completa de um bem público valioso e escasso – o espaço radioelétrico –, e também que se esperassem dele os avultados financiamentos necessários à promoção e aproveitamento massivo desse novo meio de comunicação que era a televisão. Seria, assim, mais uma “televisão pública” (por contraposição a “privada”) do que um “serviço público” com a significação vasta e multifacetada que hoje se lhe atribui – não obstante, no caso britânico, se falasse claramente de instituir “a national service in the public interest” (cit. por Scannell, 1996: 25). De resto, a própria noção de “público” tem evoluído ao longo dos tempos, dando azo a mal-entendidos ou a interpretações nem sempre coincidentes. Como diz Adriano Duarte Rodrigues², “a persistência, nos países latinos, da confusão entre serviço público e empresa estatal é particularmente reveladora [da] incipiente emancipação dos cidadãos perante o exercício do poder”.

De entre os princípios básicos que regiam esse SPT original, sobressaíam alguns que, pelo menos no plano teórico, sempre foram acompanhando o conceito: a **universalidade** (fazer chegar televisão a todos os cidadãos do país, e em igualdade de condições de acesso), a **diversidade** (uma programação variada, regida genericamente pela conhecida trilogia: informar, formar e entreter), o **financiamento público** (fosse através de uma taxa associada à posse de um aparelho de televisão, fosse mediante recurso ao orçamento de Estado), a **independência** (tanto face aos diferentes governos como face a interesses particulares) – embora este último, sobretudo nos tempos de posse estatal em regime de monopólio, tenha sempre sido dos mais polémicos e mais desigualmente observados.

É relativamente pacífico considerar que, nos seus primórdios, o SPT acabou por desempenhar um papel importante no contexto de afirmação dos Estados-Nação, funcionando como elemento unificador em termos políticos, linguísticos e culturais, favorecendo a identidade nacional (Tadayoni, Henten e Skouby, 2000). Dele se esperava também alguma função educativa, que teve os seus aspectos positivos para a época mas associou igualmente à

² Ver Adriano Duarte Rodrigues (2002), “Modelos de serviço público”, in *Expresso*, ed. de 15/6/02.

televisão pública europeia uma “forte tradição paternalista” (*id., ibidem*) que ainda hoje não terá desaparecido de todo.

2. Novos cenários, novos sentidos

Uma conjugação de factores políticos, sociais, culturais, económicos e tecnológicos fez com que tanto a **concepção** como a própria **prática** do SPT tenham evoluído substancialmente na Europa, sobretudo na segunda metade do século XX, e muito em particular na década de 80. Em rápida síntese, destaquem-se os seguintes aspectos:

- desaparecem os monopólios estatais do negócio de televisão, que é alargado a operadores do sector privado, movidos por uma lógica predominantemente comercial (mesmo quando, como sucedeu em vários casos, a autorização desta actividade por parte do Estado, em regime de concessão, tenha sido acompanhada de um mais ou menos exigente “caderno de encargos”);
- desenvolvem-se novas possibilidades tecnológicas de difusão do sinal televisivo (satélite, cabo, Internet, banda larga...), que deixa de estar exclusivamente dependente da repartição de um espaço radioeléctrico público e escasso, e que torna também mais barato o acesso à actividade de televisão;
- a progressiva liberalização do sector das telecomunicações acarreta consigo alguma desregulação das actividades que lhe são contíguas;
- a maior liberalização da economia, em termos globais, conduz à crescente privatização de bens e serviços até então reservados ao sector estatal, mesmo em domínios tradicionalmente considerados básicos – e onde a oferta exclusivamente pública se sucede, cada vez mais, a coexistência de oferta pública e privada;
- a adesão a modelos mais ou menos intensos de Estado-Providência vai enfraquecendo face a concepções sobretudo favoráveis à economia de mercado, colocando progressivamente o acento tónico menos nos serviços que o Estado deve fornecer directamente aos cidadãos e mais na multiplicidade de serviços que o Estado deve permitir/assegurar que sejam fornecidos livremente aos cidadãos;
- é cada vez mais questionada a ideia de que a televisão se movimenta numa esfera de actividade análoga à educação ou à saúde – ou seja, predominantemente social e cultural, mais do que económica e política (Raboy, 1996).

Tudo isto acaba por ter uma incidência bastante directa no SPT, não só no que respeita ao modo como ele vai actuando, mas também – e sobretudo – ao modo como vai sendo encarado pela sociedade. A um período de “confiança e orgulho” (Blumer, 1992:11) nos modelos de televisão da Europa Ocidental sucede um tempo de controvérsia e de cepticismo, resultante de todas as mudanças referidas e, complementarmente, de “uma perda de consenso com respeito aos objectivos para que deve apontar a televisão e a como deve organizar-se para os alcançar” (*idem*: 12).

Face à nova paisagem político-económica e mediática, o SPT revela, nas mais diversas latitudes, dificuldades e hesitações quanto ao modo de coexistir com uma multiplicidade de canais e com novas lógicas de relação e captação do público. Por um lado, cresce a sensação de que as mudanças tecnológicas tornaram um serviço público de televisão cada vez mais desnecessário; por outro lado, alastra a opinião de que esse serviço público, tal como ainda funciona, está a falhar, baixando audiências, ouvindo cada vez mais críticas e nivelando a sua programação pelos canais comerciais (Collins, 2002). E, de facto, os números são reveladores da diminuição de influência de um tipo de televisão que fizera história durante décadas. De acordo com dados divulgados por Carole Tongue, o *share* de audiência das televisões públicas atingia em 1984, no conjunto dos países da União Europeia, uma média de 82 por cento; em 1990, a cifra global tinha baixado para 57 por cento; e em 1994 ia em 46 por cento (Tongue, 1996).

A crise que vai afectando 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. Porque um dado parece também ter-se imposto à evidência: ao contrário do que sucedeu, por exemplo, no sector da imprensa – onde, convém não esquecer, o “custo de entrada” continua a ser muitíssimo mais baixo –, a progressiva liberalização da actividade televisiva não conduziu (pelo menos, até agora) à diversidade de ofertas e propostas que os mais optimistas defensores de um mercado livre prediziam (Collins, 2002). Pelo contrário, a tendência global orientou-se mais no sentido da **uniformização** e do **mimetismo** concorrencial, deixando cada vez mais desguarnecidas (porque as próprias televisões públicas foram em muitos lugares arrastadas pela mesma onda) áreas de programação menos susceptíveis de captar audiências imediatas e os correlativos investimentos publicitários. Simultaneamente, esta uniformização contribuiu para o

enfraquecimento das televisões públicas: como sugere Felisbela Lopes, citando Hugues Le Paige, “ao afrontar as estações privadas no seu próprio terreno, os canais públicos não só renunciam ao seu maior trunfo – o de serem a diferença – como se colocam numa situação de inferioridade, particularmente quando pretendem rivalizar ao nível do espectáculo puro” (Lopes, 1999: 57).

3. Tempos de crise

No momento actual, e face ao imparável desenvolvimento das televisões comerciais, as situações nos diversos países que nos são mais próximos parecem oscilar entre três cenários possíveis (Achille e Miège, 1994): a) criação e desenvolvimento de um novo modelo de serviço público, alternativo e claramente diferenciado do modelo comercial; b) gestão de um sistema misto que consagre algum tipo de equilíbrio entre as duas formas de fazer televisão, dando à pública um carácter minimalista e basicamente supletivo; c) aceitação de um caminho de progressiva desintegração das televisões de serviço público no modelo comercial e de lógica exclusiva de mercado. Não é ainda claro qual deles vai ganhando preponderância, sendo certo, no entanto, que “as limitações com que tropeçaram as estratégias de adaptação dos canais públicos e a diversificação das modalidades televisivas de emissão e recepção não fazem senão tornar mais complexa a busca de uma renovação da televisão pública” (*id.*, *ibidem*).

“Elástico” como se foi revelando ao longo dos últimos 70 anos, o conceito de “serviço público de televisão” é hoje entendido de formas diversas, nem sempre se sabendo exactamente de que é que se fala quando se fala dele. O conceito era claro nos inícios (mesmo que o seu conteúdo se formulasse de modo muito genérico), pois nada o desafiava na paisagem circundante. Então, “serviço público” significava, no essencial, uma “utilidade pública” (Syversten, 1999), garantindo a difusão universal, à escala do país, de um novo meio de informação e entretenimento, acessível a todos e razoavelmente eficiente. A tónica colocava-se **no país e no Estado**, como vimos atrás. Não havia grande referência a conteúdos concretos ou a valores a prosseguir, algo que se vai descobrindo progressivamente quando “serviço público de televisão” se associa cada vez mais a “serviço da esfera pública”, ou seja, à “garantia de que todos os membros da sociedade têm acesso à informação e conhecimento de que precisam para cumprir os seus deveres cívicos” (*id.*, *ibidem*). Este novo significado já pressupõe algum afastamento do Estado, e também do mercado, enfatizando a qualidade dos

membros do público como **cidadãos**. O terceiro momento, que vimos desenvolver-se nos últimos anos, tende a colocar a tónica do SPT no serviço ao, e na satisfação do, **espectador/consumidor**, com o público a ser basicamente entendido como **audiência** – e audiência quantitativa, mensurável a cada momento, para permitir uma permanente adequação ao seu gosto.

É nesta última acepção que ganha novos contornos a própria lógica de ‘adjudicação’ do serviço público de televisão: se o princípio definidor é o da satisfação dos espectadores/consumidores, então esse serviço pode ser prestado por quem a garanta mais e melhor num plano imediato, seja entidade pública ou privada. Desaparece, assim, a ideia originária de que quem estava em condições de fornecer um “serviço público” era uma “televisão pública” e, pelo contrário, começa a defender-se em diversos quadrantes a ideia de que tal serviço pode ser subcontratado, no todo ou em partes (períodos horários, programas pontuais, emissões específicas), a televisões de propriedade privada e orientação genericamente comercial. Em abono desta tese surge a constatação, verificável em diversas latitudes, de que as televisões públicas (ou seja, detidas pelo Estado e supostas depositárias de uma obrigação de “serviço público”) cada vez mais oferecem grelhas e programas semelhantes às das televisões comerciais, seja pela ânsia de tentarem recuperar níveis de audiência em clara descida, seja pelo desnorte em que as novas condições políticas, sociais e tecnológicas as mergulharam.

Chega-se, então, a uma situação em que “alguns aspectos que anteriormente eram entendidos como sendo partes integrantes do conceito [de serviço público de televisão], como a posse pública e o financiamento por taxa, já não se aplicam necessariamente. Em vez disso, o serviço público de televisão é agora definido quase exclusivamente em termos de ‘compromisso com uma política de programas’, que dizem respeito à composição (diversidade) e ao carácter (qualidade) da grelha de programação” (Sondergaard, 1999). E nesta perspectiva “razoavelmente vaga e imprecisa”, o serviço tanto pode ser prestado por instituições públicas, independentes do mercado, como por empresas puramente comerciais (*id.*, *ibidem*).

4. O debate em Portugal

É neste pano de fundo que deve inscrever-se o intenso e polémico debate que eclodiu em Portugal, na sequência das intenções manifestadas pelo Governo PSD/CDS-PP, saído das

eleições legislativas de 17 de Março de 2002, de alterar substancialmente o quadro em que até agora tem funcionado a televisão pública em Portugal – seja com uma profunda (embora não totalmente explicitada) reestruturação da RTP, seja com a própria redefinição do modelo global de prestação de um Serviço Público de Televisão no nosso país.

Exemplo desse largo debate foram as páginas e páginas que a imprensa periódica lhe dedicou, sobretudo no segundo trimestre de 2002. Opiniões de colunistas, de políticos, de jornalistas, de artistas, de professores, de gestores, “cartas ao director” de cidadãos interessados, múltiplos editoriais, entrevistas polémicas, etc., serviram para, no meio de algumas querelas nem sempre estimulantes, chamar a atenção para questões de fundo no funcionamento da sociedade actual. E nelas se inscreve, consabidamente, o papel dos meios de comunicação no todo social (com especial relevo para esse fortíssimo e omnipresente meio que é a televisão), de par com o papel que o Estado deve ou não ter, e como, na articulação com esse domínio.

Escreveu-se e debateu-se muito sobre se deve ou não haver Serviço Público de Televisão (SPT) em Portugal, ou mais genericamente se ainda faz sentido, hoje, falar em “serviço público” nesse domínio; procurou-se definir o que seja ou não seja “isso” de SPT, olhando para dentro de portas mas também para o que se passa além-fronteiras; discutiu-se a multiplicidade de cenários concretos de um eventual serviço público a cargo de um operador propriedade do Estado (quantos canais, que canais, que conteúdos, que programação, que estrutura, que gestão); questionou-se a simples necessidade de que a um serviço público de televisão corresponda um operador público de televisão; polemizou-se sobre o que é ou não é qualidade na informação e no entretenimento, e com que critérios isso pode avaliar-se; procurou-se uma série de fórmulas para resolver o problema do financiamento desta actividade; enfim, aflorou-se, mesmo que ao de leve, o debate mais fundo, e mais complexo, sobre o lugar do **cidadão** nas opções a fazer, sempre tão marcadas pela dicotomia redutora de ‘mais ou menos **Estado**’ – onde os cidadãos tendem a ser olhados como *eleitores* – e ‘mais ou menos **mercado**’ – onde os cidadãos tendem a ser olhados como *consumidores*.

De modo algo subtil, também se vislumbrou uma controvérsia mais estrutural sobre as funções e responsabilidades do Estado no contexto político, social, económico e cultural deste princípio do século XXI, como sugeriu o sociólogo José Madureira Pinto³: “Talvez não seja por acaso que a discussão em torno do serviço público de televisão se revelou,

³ Ver José Madureira Pinto (2002), “O Estado: heranças esquecidas, desafios emergentes”, in *PÚBLICO*, ed. de 9/7/02.

inesperadamente, tão empolgante. Nesta discussão – muitos cidadãos o terão pressentido já –, não é só, nem principalmente, a qualidade da programação televisiva que está em causa. Em última análise – percebe-se cada vez mais –, é também o futuro do Estado-Providência, isto é, a possibilidade de os valores centrados no bem comum se sobreporem aos valores centrados no interesse dos mais fortes, que está verdadeiramente em jogo”.

Os debates e reflexões suscitados nesta matéria mostraram também que nem toda a gente falava do mesmo quando utilizava as mesmas expressões, o que aconselhará algum esforço de organização e clarificação de conceitos, sob pena de se cair com facilidade num ‘diálogo de surdos’. Por exemplo, dizer-se “a favor” ou “contra” o SPT mostrou ser uma expressão redutora e manifestamente insuficiente, pois os grandes elementos de clivagem surgiam a jusante, quando se procurava perceber o que é que, em concreto, tais vozes significavam com a expressão “serviço público de televisão”⁴. Nomeadamente,

- a) se um serviço público de televisão implica, ou não, a existência de um **operador público** de televisão;
- b) se um serviço público de televisão é algo que possa e/ou deva ser **subcontratado a operadores privados** de televisão;
- c) se um serviço público de televisão tem a ver apenas com **conteúdos** de programação ou também com questões de **propriedade**, de **gestão**, de **controlo**;
- d) se um serviço público de televisão é, relativamente às ofertas privadas, uma **alternativa** global estruturada ou um **complemento** com carácter supletivo e mais ou menos pontual;
- e) se as responsabilidades públicas face à televisão se esgotam na organização de uma oferta pública de determinados conteúdos, ou se **se alargam à paisagem televisiva geral** em termos de infraestruturação, regulação e fiscalização.

À confusão, ou insuficiente explicitação, dos conceitos acresceu a circunstância de muitas das discussões se terem centrado quase exclusivamente no que foi e é a actual operadora pública de televisão – a RTP. Ora, se unanimidade houve entre as diversas correntes de pensamento que entraram no debate deste assunto, foi na convicção de que a

⁴ Sendo certo que, como disse João Lopes num marcante texto de opinião (“Televisivamente incorrecto”, in *Diário de Notícias*, ed. de 18/5/02), “não existe nenhum conceito universal que permita usar essa mesma expressão (‘serviço público’) como um instrumento de conhecimento em que todos nos reconhecamos sem dificuldade nem contradição”.

RTP nem no presente nem no passado (recente, pelo menos) se afirmou como exemplo aceitável de um “serviço público de televisão” global e coerente – sem prejuízo de ter, em diversas circunstâncias, desempenhado um papel de evidente interesse público e de preocupação com tal desígnio (que, aliás, lhe está contratualmente cometido). A RTP foi sempre mais uma “televisão estatal” do que uma “televisão pública”. Significa isto que discutir o SPT à luz do que tem sido a RTP facilmente nos leva a caminhos sem saída: ninguém a defende como tal, nem os mais empenhados advogados de uma presença activa do Estado na oferta televisiva nacional. Questão diversa, para estes defensores, é se ela é ainda reestruturável ou se implica um recomeço do zero, em moldes totalmente novos e libertos do fortíssimo “passivo” (não só económico-financeiro) acumulado.

Em termos metodológicos, parece fazer sentido a proposta em tempo avançada pelo político José Pacheco Pereira⁵: “Definir em termos claros o que é o ‘serviço público’ que o Estado tem obrigação de prestar no domínio da comunicação social e, só depois, escolher os meios através dos quais ele é prestado”, admitindo-se (pelo menos, admite-o o autor) que esses meios e instrumentos “podem variar conforme a situação do panorama audiovisual privado e as necessidades ‘públicas’”.

5. As responsabilidades do Estado

Por muito dissonantes que sejam as vozes, vislumbrou-se um consenso mínimo sobre a necessidade de o Estado ter **alguma** acção no panorama televisivo do país, sob pena de alijar as suas mais básicas responsabilidades na gestão da coisa pública. E isto por diferentes razões:

- Por um lado, nos casos em que a televisão é distribuída por via hertziana, em sinal aberto, ela ocupa um bem público (que não deve ser alienado ao sector privado, mas concessionado com regras de utilização) e escasso (o que reclama organização e regulamentação adequadas).

- Por outro lado, as necessidades dos cidadãos no que toca à televisão devem colocar-se essencialmente no mesmo plano dos serviços públicos de educação, de saúde, de segurança social, etc. Esse serviço, tal como os demais, decorre das obrigações elementares de um Estado democrático para com a sociedade, uma vez que, em tempos como os de hoje, as necessidades fundamentais dos cidadãos não se restringem aos bens materiais: a qualidade de

vida mínima – e a capacidade de participação activa e crítica na esfera pública – passa também por informação livre e plural, por formação, por cultura no sentido mais lato, por lazer e entretenimento de qualidade. O facto de poderem coexistir, como coexistem em muitos destes domínios, ofertas alternativas ou complementares oriundas do sector privado – e assentes, naturalmente, numa lógica de mercado, com um objectivo também (ou sobretudo) de lucro económico – não desobriga o Estado das suas responsabilidades, designadamente em **regular** o funcionamento global desses serviços, dado que eles têm um evidente impacto social, e em **garantir** que **todos** os cidadãos, independentemente da sua condição geográfica, social, económica, cultural, têm acesso e possibilidades de satisfazer essas necessidades elementares num patamar mínimo de qualidade e a um custo acessível.

- Por outro lado ainda, a importância e a disseminação massiva do meio específico que é a televisão⁶, a sua omnipresença, o seu impacto social, a facilidade e o (reduzido ou nulo) custo da sua recepção, a acessibilidade da sua linguagem som/imagem, conferem-lhe uma **responsabilidade muito particular** na informação/formação dos cidadãos, na dinamização do espaço público, na afirmação de uma cultura e uma identidade específicas, na defesa da pluralidade de ideias e expressões, na construção de uma cidadania mais activa e crítica. Daí que o Estado dificilmente possa ou deva alhear-se dela.

Encarando a **responsabilidade pública** relativamente à televisão (orientada pelo propósito de garantir um bom serviço global aos cidadãos) numa perspectiva mais abrangente do que simplesmente discutir se deve ou não haver um operador público, podem resumir-se a quatro as vertentes em que o Estado é, em medidas diversas, solicitado a ter uma intervenção neste domínio:

1. O Estado como **construtor** de infraestruturas e **facilitador** de acesso a televisão nas suas múltiplas formas;
2. O Estado como **financiador** de serviços e programas de televisão;

⁵ Ver José Pacheco Pereira (2002), “Nem ‘serviço’ nem ‘público’”, in *PÚBLICO*, ed. de 9/5/02.

⁶ Essa poderosa “máquina de produção de subjectividade”, como se lhe refere Eduardo Prado Coelho (ver “O atraso”, in *PÚBLICO*, ed. de 21/5/02), especificando: “Alguns supõem que o que importa é a escola e que o resto é puro divertimento. Não conseguiram ainda perceber esta coisa elementar: a escola foi completamente ultrapassada por mecanismos como a televisão, os computadores ou os telemóveis naquilo que é hoje uma dimensão essencial das nossas sociedades: as formas de produção de subjectividade, isto é, dos modos de pensar, de sentir, de valorar, de escolher, de agir”.

3. O Estado como **legislador, regulador e fiscalizador** (ou promotor da regulação e fiscalização) de alguns aspectos da actividade televisiva;
4. O Estado como **proprietário** directo de uma empresa de televisão.

Parece haver algum acordo sobre a presença do Estado nos três primeiros pontos (independentemente das fórmulas específicas que essa presença assuma), sendo o quarto ponto o mais evidente ponto de discórdia.

Sobre o ponto 1:

Numa óptica meramente quantitativa, parece claro que o Estado tem tanto maiores responsabilidades no fornecimento de determinados serviços básicos à população quanto menos eles existam no mercado. Assim foi com a televisão no início, assim foi (e continua a ser em parte) com os transportes, com a saúde, com a educação, no propósito de criar infraestruturas adequadas e assegurar que a generalidade dos cidadãos teria acesso a eles independentemente do seu poder económico, da sua situação geográfica ou do seu nível sócio-cultural. No que toca à televisão, hoje em dia, há importantes alterações tecnológicas – sobretudo no que respeita à distribuição e à acessibilidade – que vão decerto recolocar os termos da questão. Neste contexto, não falta quem sugira que o Estado devia tratar mais de garantir o acesso generalizado a toda a oferta televisiva, nas suas múltiplas formas (existentes ou em perspectiva), com isso alargando a capacidade de escolha livre dos cidadãos, do que propriamente a oferecer, ele, produtos televisivos⁷.

Sobre o ponto 2:

Mesmo no pressuposto de que grande parte da actividade de televisão é hoje (e será cada vez mais) detida e gerida por empresas privadas, nem por isso se entende que o Estado deva abdicar de toda e qualquer intervenção nesse domínio – como, de resto, sucede em múltiplos outros sectores da vida económica, em que se considera que o funcionamento do

⁷ Recorde-se, por exemplo, a afirmação de José Manuel Fernandes (ver “O futuro depois da RTP”, in *PÚBLICO*, ed. de 30/5/02): “O Estado sempre foi e será melhor a construir infraestruturas que democratizem o acesso de todos a tudo do que a ‘programar cultura’. Deixemo-lo pois fazer aquilo para que tem realmente vocação e meios”. Ou a de José Pacheco Pereira (ver “A fronda”, in *PÚBLICO*, ed. de 16/5/02): “Porque é que o Governo não olha para os pequenos 91,905 km² de Portugal e não dá o salto para o futuro, patrocinando um plano nacional de cablagem em fibra óptica, ao mesmo tempo que liberaliza no cabo a concessão de licenças para canais portugueses, produzidos por autarquias, ou por pequenas e grandes empresas do audiovisual, para que haja canais de debate, canais de fado, canais para amadores de bilhar ou xadrez, canais universitários, etc., etc.?”.

mercado, só por si, não garante a integral prossecução do bem comum e pode gerar até situações anómalas (monopólio, concorrência desleal, abuso de posição dominante, cartelização, desrespeito por direitos dos consumidores, etc.)⁸. Essa intervenção ocorreria a dois níveis: no plano **legislativo**, tratar-se-ia de ir continuando a organizar a utilização do espaço radioelétrico público, bem como do universo das telecomunicações, e de ir alargando as possibilidades de entrada na actividade (e no negócio) da televisão, que actualmente, também por razões técnicas e financeiras, só pode interessar a empresas ou grupos de grande envergadura económica; no plano da **regulação e fiscalização**, tratar-se-ia de definir sempre com bastante clareza as obrigações básicas de qualquer operador de televisão (com particular relevo para os que operam em regime de concessão de um espaço radioelétrico público), intervindo sem pejo quando tais obrigações não estivessem a ser cumpridas ou fossem ofendidos direitos fundamentais dos cidadãos. A operacionalização desta intervenção pode fazer-se, como é sabido, em diversos planos, indo das instâncias oficiais a quem cabe velar pela legalidade até órgãos criados (ou a criar) para o efeito, especificamente voltados para o sector audiovisual, e desejavelmente mais dependentes do Parlamento do que deste ou daquele Governo.

Sobre o ponto 3:

As modalidades e o grau de esforço financeiro do Estado (ou seja, de uso de dinheiros dos contribuintes) para a actividade de televisão são um dos aspectos que mais controvérsia têm gerado, sobretudo conhecidos como são os avultadíssimos prejuízos acumulados desde sempre pela RTP. Também aqui parece ter-se estabelecido algum consenso sobre a importância de o Estado financiar de um ou outro modo a existência de um “espaço público” de televisão, havendo quem sustente que isso deve ser feito no contexto de um operador público de TV (embora com cifras bastante inferiores às actuais) e quem defenda que isso deve ser feito, no todo ou em parte, mediante contratações pontuais com operadores privados. Mais indirectamente, mas com repercussões também no sector televisivo, entende-se como decisivo o financiamento do Estado no domínio da criação e produção audiovisual, até por razões de afirmação de uma identidade cultural própria num cenário em que as grandes

⁸ No já referido texto de José Madureira Pinto (ver nota 1), o sociólogo desenvolve a ideia de que “numa economia aberta e competitiva, muitos dos parâmetros em que assentavam as formas de actuação do Estado sofreram uma modificação estrutural”; não obstante, como refere noutro passo, “nem por isso é anulada a ideia de que o Estado deve continuar a estar presente na economia”, e não só como “regulador” – também como “estratega”.

cadeias multinacionais tendem a monopolizar o mercado mundial, e sobretudo o mercado dos países mais pequenos e mais frágeis.

Sobre o ponto 4:

É neste ponto que as maiores divergências afloram, não só no que respeita à necessidade ou não da existência de um “servidor público” para garantir a concretização de um “serviço público” de televisão, mas também (admitindo essa necessidade, ao menos para os tempos mais próximos) no que respeita ao modelo concreto que tal “servidor” adoptaria: um modelo minimalista, supletivo e tendencialmente condenado a prazo, com o progressivo alargamento das ofertas privadas, ou um modelo global, alternativo, com uma lógica própria, e destinado a existir sempre, por assumir e interpretar uma vocação que nenhum operador privado alguma vez poderá ou quererá ter. É nesta sequência que surgem as discussões sobre se um operador público (RTP ou outro a criar) devia ter um, ou dois, ou mais canais, e sobre que perfis deverão ter esses um, ou dois, ou mais canais. E surgem igualmente as discussões sobre as modalidades de financiamento desse eventual operador público, com as opiniões oscilando entre: a) financiamento exclusivo por via do Orçamento do Estado em função de um contrato-programa de prestação de SPT; b) financiamento por via de restauração da “taxa” de televisão ou de uma outra modalidade de “imposto”; c) financiamento misto, com parte estatal e parte proveniente de receitas publicitárias.

Aqui se concentram, afinal, as polémicas conceptuais quanto à definição e ao grau de extensão de um serviço público de televisão, uma vez que parece bastante consensual a aceitação de uma intervenção do Estado nos três domínios referidos anteriormente⁹.

Tentando colocar os termos do problema num plano mais justo e mais racional, talvez seja avisado ultrapassar desde logo a concepção maniqueísta que rotula uma televisão pública (gerida pelo Estado) de “**boa**” e uma televisão privada (gerida pelo mercado) de “**má**”¹⁰.

⁹ De resto, convém notar que mesmo alguns dos mais destacados defensores de uma lógica de funcionamento livre do mercado, e de progressiva (e tendencialmente exclusiva) oferta privada no domínio da televisão, reconhecem alguns dos limites a esta lógica. Note-se o caso de José Manuel Fernandes (ver “O futuro depois da RTP”, in *PÚBLICO*, ed. de 30/5/02): “Sejam quais forem as etapas intermédias, o ideal era o Estado retirar-se da posse directa de qualquer canal de televisão, tal como se retirou dos jornais e devia retirar das rádios (...)”. Mas, logo a seguir: “O mercado não é suficiente para assegurar que o mais poderoso dos meios de comunicação de massas, a televisão, não degenera em telelixo permanente, pelo que existe um papel regulador e supletivo que o Estado terá sempre de desempenhar – e que custará dinheiro –, pelo menos nos tempos mais próximos”.

¹⁰ Recordem-se, a este propósito, as palavras de João Lopes (*ibidem*): “Se cairmos na ilusão moralista de que a televisão do Estado é a ‘boa’ televisão e a que emana de outras entidades está condenada a ser um ‘desvio’

Como escreveu Richard Collins, “o serviço público e o mercado são frequentemente colocados em oposição. Mas isso é uma falsa escolha. A verdadeira questão é encontrar uma relação apropriada entre o serviço público e o mercado – seja dentro das organizações de radiodifusão, seja em termos de uma mais vasta ecologia dos media na sociedade” (Collins, 2002: 21). Sem esquecer, como refere o mesmo autor, que os mercados de televisão e de informação nunca serão mercados como o dos sapatos ou o do aço, pois o que eles fornecem tem “um incontornável impacto na solidariedade social e na capacidade dos cidadãos de tomar decisões informadas acerca das suas vidas políticas, económicas e sociais” (*id.*: 10).

Não se trata, aqui, de definir este ou aquele serviço como “melhor” ou “pior”, mas de perceber se faz sentido, se é possível, se é viável, se é desejável, que o Estado assegure um serviço de televisão **diferente** – e que o assegure o Estado porque mais ninguém, eventualmente, estará em condições de o assegurar. O maior descrédito e a maior desvalorização do SPT entre nós decorreram, precisamente, do facto de a televisão pública se ter tornado, além de muito cara, cada vez mais “igual” (nas lógicas, na gestão, nas grelhas, nos programas, nos critérios, nas preocupações) às televisões privadas. E, sendo assim, é natural que nos questionemos sobre a necessidade de ter apenas “mais do mesmo” à custa do dinheiro dos contribuintes.

A coexistência de lógicas diferentes e objectivos diferentes na exploração da actividade de televisão não só não merece reparo como deve ser estimulada. As concepções estatistas que diabolizam toda e qualquer actividade privada, só por ser privada, e lançam um olhar reprovador sobre toda a empresa que vise o lucro, parecem bastante desadequadas face ao funcionamento das sociedades livres e democráticas num tempo que é o nosso¹¹. Mas, pelo facto de haver empresas (sobretudo na produção de serviços básicos para os cidadãos, como são as televisões na sua componente tripla de informação, formação e entretenimento) cujo objectivo essencial é o lucro, também não significa que sejam as únicas aceitáveis ou as únicas possíveis: pode haver outras, necessariamente dependentes de quem tem a obrigação de gerir a coisa pública e dispõe dos meios para isso, provenientes do bolso dos contribuintes, cujo objectivo não seja o lucro. E que, portanto, se orientem por critérios distintos dos de uma lógica puramente comercial, ligada apenas à existência de audiências e à sua correlação com a

sempre suspeito, corremos o risco de passar completamente ao lado do que está, de facto, a acontecer no universo televisivo global”.

¹¹ Tais posições parecem integrar-se mais na chamada “cultura de trincheira” que alguma esquerda traz “sempre ao de cima nestas alturas”, como notou Mário Mesquita (ver “A RTP ou a derrota previsível”, in *PÚBLICO*, ed. de 12/5/02).

capacidade de captar publicidade paga. Como sintetizou Miguel Gaspar¹²: “Não cabe aos privados fazer serviço público. Podem fazer boa televisão, se quiserem, mas isso não é o mesmo que fazer serviço público”.

6. Por uma lógica de serviço público

Ultrapassando, como parece desejável, a confusão frequente entre “serviço público” e “serviço do Estado” (e, muito menos, “serviço do Governo”), e observada a evolução das últimas décadas, chegamos a um conceito de SPT em que a tónica no “público” acaba por ter uma tripla acepção (Rumphorst, 1998): é serviço público na medida em que é **feito para o público** (interagindo com ele, auscultando-o, levando em consideração os seus gostos e necessidades, garantindo que o serviço chega, e com qualidade, *a todos* os cidadãos mas também *a cada um*, na medida das suas particularidades – novos e velhos, ricos e pobres, cultos e menos cultos, maiorias ou minorias), **financiado pelo público** (no todo ou em parte, em montantes e modalidades que se considerem adequados à situação concreta do país e à maior ou menor ambição do SPT – número de canais, diversidade de canais de distribuição, etc.) e **controlado pelo público** (assegurando estruturas de acompanhamento que dêem a palavra à diversidade dos cidadãos e afastem o SPT de tentações instrumentalizadoras por parte do poder político).

Se oferecer um serviço público de televisão é algo mais do que garantir que chegam a todo o público nacional, em condições de igualdade de acesso, alguns bons programas de televisão, e se se entende dar ao público/cidadão o protagonismo que lhe cabe na definição e acompanhamento dessa oferta, então não se vê bem como é que tal pode fazer-se sem a existência de um qualquer “servidor” ou “operador público”¹³ – independentemente de ele poder (e dever) coexistir com vários outros operadores do sector empresarial privado. É, afinal, para onde aponta o compromisso assumido pelos países da União Europeia em 1997, no preâmbulo do Protocolo de Amesterdão, afirmando que “o sistema de radiodifusão pública

¹² Ver Miguel Gaspar (2002), “A ambição de um país”, in *O Independente*, ed. de 10/5/02.

¹³ Na expressão de Vital Moreira (“Serviço público ‘versus’ interesses privados na televisão”, in *PÚBLICO*, ed. de 14/5/02), “O serviço público requer um espaço público alternativo, em qualidade e substância, às televisões privadas, com uma audiência minimamente relevante”. E este aspecto da “audiência relevante” não decorre de preocupações comerciais, como explicou Eduardo Prado Coelho (ver “Culturalmente incorrecto”, in *PÚBLICO*, ed. de 22/5/02): “A noção de ‘serviço público’ define-se pelo facto de pretender dar ao público aquilo que as televisões privadas tendem a excluir, procurando-se no entanto obter o máximo público possível, não por uma questão comercial (audiências dão publicidade) mas por uma questão cívica (o que se pretende transmitir no serviço público deve ser partilhado pelo maior número possível de pessoas)”.

nos Estados Membros está directamente relacionado com as necessidades sociais e culturais de cada sociedade e com a necessidade de preservar o pluralismo dos media” (cit. por UER, 1998). E, como diz em comentário um documento da UER, “para cumprirem o seu papel, as organizações públicas de radiodifusão precisam de ser uma força relevante [“a major force”] na cena audiovisual nacional, e devem dirigir-se a todas as secções e grupos da sociedade, em particular através de uma programação de qualidade apelativa para as massas [“quality mass-appeal programming”]” (UER, 1998).

Como escreveram Moragas e Prado (s/d), “pode dizer-se que na era digital se precisa de uma televisão pública, mas só se, previamente, se lhe atribuir uma missão específica de comunicação”. É este carácter específico, diferenciador, alternativo, que afinal importaria descobrir num novo modelo de SPT. Dito por outras palavras, trata-se de (re)encontrar a aprofundar a **identidade** de uma televisão pública, por muito difícil que se mostre a tarefa, sob pena de ela não sobreviver à “crescente deriva” que tem vindo a caracterizá-la (Lopes, 1999: 58-66).

Ora, antes mesmo (ou independentemente) de olhar para a programação concreta¹⁴, importaria perceber o que é que pressupõe, ou deve pressupor, uma **lógica de serviço público** em televisão:

1. Um serviço público de televisão não é apenas uma lista de programas “à la carte”, mas uma **programação global, integrada**, com uma linha condutora própria e objectivos bem definidos, quer em termos de projecto editorial (para a informação), quer em termos de formação e entretenimento. Um serviço desta natureza é “um complexo de princípios, dos quais não podem ser removidas partes sem que se perca o ponto e o propósito do todo” (Sondergard, 1999: 21).
2. Uma televisão de serviço público significa também uma certa **postura** e uma **atitude global**, em termos **éticos**, sobretudo no modo como encara os potenciais receptores – menos como clientes, consumidores, percentagens de “share” a cativar a qualquer preço, e mais como cidadãos –, sendo por isso tão importante aquilo que **faz** como aquilo que **não faz** nem permite que se faça. O SPT deve, afinal, encontrar “um equilíbrio adequado entre a sua responsabilidade de ser

¹⁴ Alguns autores, como Paddy Scannell, sustentam mesmo que o que se mostra numa televisão comercial ou numa televisão de serviço público “não são coisas intrinsecamente diferentes, mas coisas semelhantes feitas diferentemente, organizadas diferentemente, com diferentes estilos e com um *ethos* diferente” (Scannell, 1996: 25).

popular e a sua responsabilidade de ser impopular” (Collins, 2002: 22). Como se imagina, esta é uma exigência dificilmente aceitável para um canal privado com objectivos basicamente comerciais, e onde a busca sistemática de audiências (que conduzem a maiores receitas de publicidade), sobretudo num mercado escasso e tão fortemente concorrencial como o português, acaba por ser uma preocupação constante e incontornável.

3. Isto significa, portanto, que uma televisão “**de**” serviço público é coisa diferente de uma televisão “**com**” programas de serviço (ou interesse) público¹⁵. O serviço público não é uma função em que se ande “fora e dentro”, conforme as horas, os programas, as audiências. Não é por acaso que, nos canais comerciais, muitos dos melhores programas em termos informativos ou culturais são transmitidos a horas demasiado tardias, impróprias para o grande público, pois a sua lógica não consente que se arrisque o “prime time” para programas com quotas de audiência potencialmente inferiores às da concorrência.
4. A lógica de uma televisão de serviço público não deve, assim, ser uma lógica de “**serviço mínimo**”, em jeito de mero complemento (que apenas supra as lacunas dos privados e se arrisque a ficar confinada a uma espécie de “ghetto” cultural), mas uma lógica de canal/canais, uma lógica de “**serviço-padrão**” – global, referencial, alternativo e exemplar, tanto na apresentação dos programas como na sua própria concepção e preparação, na relação com o público, no cumprimento dos horários, na separação entre informação e publicidade, na variedade de propostas, na pluralidade das expressões a que se abre em todos os domínios, na atenção às maiorias e às minorias, na independência política, na exigência ética e deontológica, no respeito pela dignidade das pessoas¹⁶. Como escreve Marc Raboy, “num ambiente de radiodifusão [“broadcasting”] que trata o público como um conjunto de clientes ou consumidores, o papel do serviço de radiodifusão

¹⁵ A formulação é de José Vítor Malheiros (ver “Meia hora de serviço público?”, in *PÚBLICO*, ed. de 14/5/02), que especifica: “Uma estação que passa o Big Brother ou um Masterplan não faz serviço público porque dá tempo de antena a uma associação de deficientes no fim da emissão nem porque financia um filme português. O serviço público não se faz às meias-horas”.

¹⁶ Ver, a propósito, o texto de Augusto M. Seabra (“O serviço e o público (I)”, in *PÚBLICO*, ed. de 31/5/02): “A televisão é hoje em dia um temível e fascinante meio de estabelecimento do ‘laço social’, uma máquina de integração e homogeneização mas também uma possibilidade de trânsito e diferença. Sendo assim, o ‘serviço público’ é também um mecanismo social de regulação e os princípios democráticos que lhe têm de presidir não deverão ser restritos a uma simples atomização dos interesses sócio-culturais ou então à pura lógica homogeneizante - a função do Estado não pode de modo algum ser apenas supletiva face à indispensável oferta privada mas antes consagradora de padrões de referência”.

público é dirigir-se às pessoas como cidadãos. E um serviço de radiodifusão público só pode fazer isto se é visto como um instrumento de desenvolvimento social e cultural, e não como um serviço alternativo marginal colocado na periferia de uma vasta indústria cultural” (Raboy, 1996).

5. A lógica de um “**serviço-padrão**” de televisão pública, funcionando como **garante** de uma oferta televisiva universalmente acessível e contemplando os ingredientes básicos de informação/ formação/ entretenimento, além de assegurar uma **alternativa** permanente às televisões de lógica comercial, também pode inscrever-se nas obrigações do Estado de **regulação** (directa e indirecta) de um meio poderoso como é este, e que ocupa o espaço radioeléctrico comum. Regulação não passa apenas por legislar, controlar, fiscalizar, punir; passa também por mostrar, influenciar, garantir possibilidades de escolha, provar no concreto que há outros caminhos e outras lógicas – afinal, exercer uma **pedagogia** que confira cada vez mais aos cidadãos um efectivo direito de escolha autónoma e consciente. A probabilidade de que uma intervenção pública no mercado sirva para definir um “limiar de qualidade” é sublinhada por alguns autores, entre os quais Richard Collins: “A presença de um fornecedor de serviço público efectivo e eficiente pode (...) melhorar a qualidade de *todos* os bens e serviços relevantes no mercado, beneficiando todos os consumidores – mesmo aqueles que não usam directamente o serviço público” (Collins, 2002: 10)¹⁷.
6. Naturalmente, este carácter **referencial** e **exemplar** que se aponta para um serviço público de televisão – e que lhe deve permitir afirmar e desenvolver uma **identidade própria** – não pode ficar confinado à lógica de programação e à elaboração de grelhas concretas, devendo alargar-se também ao próprio **estatuto** do operador (supostamente público), à sua relação com o poder e com a sociedade, às suas metodologias de trabalho, à sua gestão. Significa isso que tem de funcionar, em termos tanto formais como reais, com isenção e distância face ao Governo, devendo ser dotado de mecanismos que não só garantam essa **independência** como também permitam a **participação plural dos cidadãos** na sua definição, acompanhamento e controlo.

¹⁷ Neste mesmo sentido apontam as palavras do jornalista Henrique Monteiro (ver “A televisão do Estado”, in *Expresso*, ed. de 11/5/02): “O essencial é que o serviço público contribua para auto-regulação da oferta televisiva, sobretudo em termos de conteúdos, o que implica rejeitar liminarmente aspectos como a violência gratuita, a devassa da vida privada ou o sensacionalismo”.

6. Conclusão

Em síntese genérica, evoque-se a formulação desta questão feita pelo político e colunista Vasco Graça Moura¹⁸: “ (...) Por agora, e mesmo em termos generalistas, torna-se imperativo assegurar, pela via da televisão, o preenchimento de uma essencial função identitária, cultural, educativa e cívica, *lato sensu*, da televisão, num país que, em termos europeus, está abaixo de todos os níveis imagináveis nessas matérias e que, portanto, carece do impulso decidido e decisivo de uma estrutura detida e assegurada pelo Estado, da qual pode e deve ser complementar o que resulte do condicionamento e das condições negociadas com o sector privado. Uma política de serviço público tem de ter isto presente”.

O que se sugere, então, é que o Serviço Público de Televisão, usando mais uma lógica “**de inovação**” do que uma lógica “**de reacção**” – que já provou ter os seus limites e produzir até efeitos perversos –, seja capaz de encontrar, no novo contexto social, político, económico e tecnológico deste início do século XXI, um lugar e um papel que foi perdendo mas que, aparentemente, ainda faz sentido (e porventura fará sempre, se definido nos termos adequados) junto dos cidadãos. Na definição pormenorizada e ambiciosa da UER (datada de 1993), tratar-se-ia de ser capaz de oferecer, na especificidade da sua missão face ao audiovisual comercial, “uma programação para todos, um serviço de base generalista com ampliações temáticas, um foro para o debate democrático, livre acesso do público aos principais acontecimentos, uma referência em matéria de qualidade, uma abundante produção original e um espírito inovador, uma vitrina cultural, uma contribuição para o reforço da identidade europeia, assim como dos seus valores sociais e culturais, um motor da investigação e do desenvolvimento tecnológico” (citada por Moragas e Prado, s/d).

Fazê-lo com o contributo directo do Estado – mesmo com este a funcionar cada vez “mais como arquitecto do que como engenheiro” (Raboy, 1996: 9), orientando, dinamizando, facilitando, e não tanto dirigindo à maneira de patrão –, continua a parecer necessário, muito embora a tónica no **público** deva ser a dominante. De outro modo, arriscamo-nos a tentar recuperar sem hipóteses de êxito os modelos que fizeram história no passado ou a deixar diluir-se progressivamente, até à extinção final, um serviço que só se justifica enquanto diferente, autónomo e com uma identidade específica face às

restantes ofertas. Como dizem Moragas e Pilar (s/d), “tão injustificado seria pretender reduzir a televisão pública a fazer *o que não querem fazer as privadas*, como limitá-la a fazer *só o que já fazem as privadas*”. E, como escreveu Hugues Le Paige (cit. por Lopes, 1999: 66), “só a diferença salvará o serviço público de uma morte anunciada”.

Referências bibliográficas

- Achille, Yves & Miège, Bernard** (1994), “Estrategias de adaptación de las televisiones públicas europeas. Límites e incertidumbres de futuro”, in *Telos*, nº 40, Dezembro 1994.
<http://www.campusred.net/telos/antiores/num_040/opi_perspectivas2.htm>
- Blumer, Jay G.** (1993), *Television e Interes Publico*. Barcelona: Bosch Comunicacion. (ed. original Sage Publications, 1992).
- Collins, Richard** (2002), “The contemporary broadcasting market and the role of the public service broadcaster. A view from the UK”. Comunicação apresentada na Conferência “Public Service Broadcasting – expectations and reality”, em Helsínquia (Finlândia), em 20 de Março de 2002.
<<http://www.save-public-broadcasting/org/events/helsinki.htm>>
- EBU-UER** (União Europeia de Radiodifusão) – Departamento Jurídico (1998), “The Public Service Broadcasting remit: today and tomorrow”. Ref. DAJ/ew/mp, 29/4/1998.
- Lopes, Felisbela** (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*. Coimbra: Minerva.
- Moragas, Miquel de & Prado, Emili** (s/ data), *Repensar la televisión publica en el contexto digital*. Barcelona. Portal de la Comunicación, Observatorio de las Políticas de Comunicación.
<<http://portalcomunicacion.com/observa/polis/i2.html>>
- Raboy, Marc** (ed.) (1996), *Public Broadcasting for the 21st Century*. Londres: John Libbey Media.
- Rumphorst, Werner** (1998), *Model Public Service Broadcasting Law*. Media Online 2002.
<www.mediaonline.ba/mediaonline/attach_eng/4990.pdf>
- Scannel, Paddy** (1996), “Britain: Public Service Broadcasting, from National Culture to Multiculturalism”, in RABOY, Marc (ed.), *Public Broadcasting for the 21st Century*. Londres: John Libbey Media
- Sondergaard, Henrik** (1999), “Some reflections on Public Service Broadcasting”, in *Nordicom Review - Nordic Research on Media & Communication*, vol. 20, nº 1 (edição on-line).
<<http://www.nordicom.gu.se/review.html>>
- Syvertsen, Trine** (1999), “The many uses of the ‘Public Service’ concept”, in *Nordicom Review - Nordic Research on Media & Communication*, vol. 20, nº 1 (edição on-line).
<<http://www.nordicom.gu.se/review.html>>
- Tadayoni, Reza & Henten, Anders & Skouby, Knud Erik** (2000), “The future of Public Service Broadcasting - Financing Public Service Broadcasting in digital age”. Comunicação apresentada na XIII Conferência da ITS – International Telecommunications Society, Buenos Aires (Argentina), Julho de 2000.
<<http://www.its2000.org.ar/conference/conference1.html>>
- Tongue, Carole** (1996), “The Future of Public Service Television in a Multi-channel Digital Age”. Relatório apresentado no Comité de Cultura, Juventude, Educação e Media do Parlamento Europeu, Estrasburgo.
<http://www.poptel.org.uk/carole-tongue/pubs/psb_b.html>

¹⁸ Ver Vasco Graça Moura, “Generalista? – À vontade...”, in *Diário de Notícias*, ed. de 15/5/02.