

Nº. de Aluno: 19976

TV local em Portugal:

**Perspetivas de desenvolvimento da televisão de proximidade
no novo cenário digital**

Dissertação de Mestrado em Jornalismo

Orientador: Professor Doutor António Granado

Orientadora Externa: Professora Doutora Célia Quico

Setembro, 2012

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor António Granado, Professor Auxiliar do Departamento de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas e da Professora Doutora Célia Quico, Professora Auxiliar no Departamento de Cinema, Vídeo e Comunicação Multimédia da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

RESUMO

TV local em Portugal: Perspetivas de desenvolvimento da televisão de proximidade no novo cenário digital

Iolanda Figueira Veríssimo

PALAVRAS-CHAVE: televisão digital, proximidade, Europa, glocalização

O novo cenário digital, marcado pelo desenvolvimento de novas plataformas tecnológicas para a distribuição de conteúdos televisivos, como a Televisão Digital Terrestre (TDT) ou a Internet Protocol Television (IPTV), e pela crescente convergência entre a Televisão e a Web, reforçam o carácter contemporâneo do dispositivo televisivo e suscitam a reflexão sobre o potencial da televisão do futuro no desempenho de funções sociais relevantes para os cidadãos, num contexto democrático. Neste contexto, a tecnologia digital tem vindo a abrir caminho à introdução, um pouco por todo o país, de vários projetos de Web TV com um forte cariz regional ou local, levando a crer que a informação de proximidade continua a interessar aos portugueses. Para além disso, o dividendo digital – enquanto espectro remanescente que resulta da transição do analógico para o digital - constitui uma oportunidade histórica para o desenvolvimento de novos serviços de televisão locais e regionais, vocacionados para a informação de proximidade e a criação de novos fóruns de cidadania e interatividade. Compreender o interesse e a pertinência do desenvolvimento de projetos de televisão de proximidade em Portugal, sob o impulso do novo panorama digital, seja por via das novas plataformas de distribuição digital de televisão, seja no universo das Web TV, é o principal objetivo desta dissertação. Para o efeito, foi realizada uma pesquisa sobre o contexto europeu no que toca ao desenvolvimento da televisão de proximidade, visando, com base no estudo das realidades espanhola, francesa e inglesa, a compreensão de alguns dos fatores que podem contribuir para que, no futuro cenário digital, a televisão de proximidade seja uma realidade também em Portugal. Em seguida, assinalaram-se alguns dos momentos que marcaram a evolução da televisão local e regional no caso português. Simultaneamente, a componente empírica deste trabalho combinou métodos quantitativos e qualitativos de investigação, nomeadamente, a produção de um inquérito *online* ao qual responderam 225 indivíduos, e a realização de entrevistas semi-estruturadas a um conjunto de *stakeholders* ligados à área dos media em Portugal. O inquérito *online* teve como principal intuito compreender as atitudes e preferências de um conjunto diversificado de portugueses face aos media de proximidade, explorando que conteúdos e serviços procuram os indivíduos num canal de televisão de uma localidade ou região, e anotando as suas críticas em

relação à atual oferta neste setor. Ao mesmo tempo, as entrevistas com *stakeholders* foram realizadas com vista a obter as diferentes perspetivas das diversas partes interessadas neste processo, sobre aspetos como a evolução da TV local e regional em Portugal ou os principais obstáculos ao desenvolvimento deste setor dos media. Por fim, as conclusões deste trabalho encerram considerações sobre algumas tendências e perspetivas de telespetadores e *stakeholders* no âmbito do processo de desenvolvimento da televisão local e regional em Portugal, no contexto da digitalização, e sugerem a continuidade da investigação sobre as condições de sucesso para a efetivação do conceito de televisão de proximidade neste país.

ABSTRACT

Local TV in Portugal: Perspectives of developing proximity television in the new digital scenario

Iolanda Figueira Veríssimo

KEYWORDS: digital television, proximity, Europe, glocalization

The new digital scenario marked by the development of new technological platforms for the broadcasting of television contents, such as the Terrestrial Digital Television (TDT) or the Internet Protocol Television (IPTV), as well as by the rising convergence between Television and Web, reinforces the contemporary character of the television device and arises a consideration about the potential of television in the future within the performance of relevant social functions in a democratic context. The digital technology has been opening a path, here and there in Portugal, to the introduction of various projects for Web TVs with a strong local or regional nature, which seems to show that the Portuguese are still interested in proximity information. Moreover, the digital dividend – as available spectrum, resulting from the transition of the analogue to the digital broadcasting - is a historic opportunity for the development of new local and regional television services, devoted to the proximity information and the creation of new forums of citizenship and interactivity. The main goal of the present dissertation is to understand the interest and the pertinence of developing proximity television projects in Portugal, under the impulse of the new digital panorama, either via the new platforms of digital TV broadcasting or within the Web TVs universe. To the intent a research has been done upon the development of proximity television in Europe, aiming the understanding of some factors shown in Spain, France and the UK that can turn the proximity television in a future digital scenario into a reality in Portugal. Some of the moments that have marked the evolution of local and regional television in the Portuguese case are also patent. The empiric component of this project combined both quantitative and qualitative methods of investigation. An online survey of 225 individuals was produced and semi structured interviews were made to a set of stakeholders connected to the media in Portugal. The main intention of the online survey was to understand the attitudes and preferences of a diverse group of Portuguese before the proximity media, exploring which contents and services are expected from a television channel of a local or region. Critics about the present offer of the sector were recorded. At the same time, the interviews with the stakeholders were done in order to obtain the different perspectives about issues related to the evolution of the local and regional TV in Portugal or the main complications

to the development of this media sector. At last, the conclusions bring considerations on some tendencies and perspectives of both viewers and stakeholders over the process of local and regional television development in Portugal, in the digital context. Conclusions also suggest the continuity of an investigation about the circumstances of success for the effectiveness of the proximity television concept within this country.

À minha mãe

AGRADECIMENTOS

A elaboração desta tese contou com o contributo e apoio de várias pessoas, a quem gostaria de expressar o meu reconhecimento e sincero agradecimento:

À Professora Doutora Célia Quico, pela orientação científica, pela disponibilidade, motivação e generosidade durante a orientação, bem como pelo exemplo, pelas valiosas correções, críticas e sugestões ao meu trabalho.

Ao Professor Doutor António Granado, pela paciência, compreensão e apoio, pelos preciosos ensinamentos ao longo da licenciatura em Ciências da Comunicação e do Mestrado em Jornalismo.

À minha mãe, por estar sempre disponível para me ajudar, pelos conselhos experientes em relação ao meu trabalho e à minha postura no desenvolvimento do mesmo.

A toda a minha família, em especial ao meu pai, irmã e avós, pelo apoio incondicional e ânimo.

Aos meus amigos, em especial à Vanessa Quico, pela amizade, motivação e boa disposição.

Ao meu namorado, Pedro Oliveira, pelo carinho e apoio, pelos almoços e jantares que me recomfortaram e animaram enquanto trabalhava.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Introdução | 1 |
| Capítulo I: Televisão de Proximidade na Europa | 6 |
| Os casos de Espanha, França e Reino Unido..... | 6 |
| Capítulo II: Televisão local e regional em Portugal | 35 |
| Capítulo III: Inquérito <i>online</i> sobre usos e preferências relativamente à TV local e regional em Portugal..... | 38 |
| Objetivos, desenvolvimento do instrumento e limitações | 38 |
| Caracterização da amostra. | 39 |
| Resultados gerais do inquérito..... | 41 |
| Principais conclusões sobre os resultados gerais do inquérito <i>online</i> | 58 |
| Capítulo IV: Análise dos principais resultados obtidos nas entrevistas com stakeholders..... | 69 |
| Evolução da TV local e regional em Portugal: entre o desafio tecnológico e a vontade política..... | 71 |
| Conclusão | 89 |
| Bibliografia | 92 |
| Anexos | 93 |
| Anexo 1: Grelha de programas do canal TV 8 Mont-Blanc, em França. | 94 |
| Anexo 2: Descrição dos programas do canal TV 8 Mont-Blanc, em França | 95 |
| Anexo 3: Gráfico da evolução da principal fonte de notícias e informação local no Reino Unido | 96 |
| Anexo 5:Entrevistas com <i>stakeholders</i> na íntegra | 97 |

INTRODUÇÃO

Tema e objetivos da investigação

A paisagem audiovisual está em profunda transformação. O desenvolvimento de novas plataformas tecnológicas para a distribuição de conteúdos televisivos, como a Televisão Digital Terrestre (TDT) ou a Internet Protocol Television (IPTV), a multiplicação dos ecrãs que dão acesso a esses conteúdos, e a crescente convergência entre a Televisão e a Web, reforçam o carácter contemporâneo do dispositivo televisivo e suscitam a reflexão sobre o potencial da televisão do futuro no desempenho de funções sociais relevantes para os cidadãos, num contexto democrático.

Ao mesmo tempo, no centro desta revolução tecnológica, as tensões entre globalização e identidade local fazem da televisão de proximidade uma figura decisiva, elegendo-a como ferramenta ao serviço da diversidade cultural e da Democracia (Hacker, 2011).

O principal objetivo desta dissertação passa por compreender o interesse e a pertinência do desenvolvimento de projetos de televisão de proximidade em Portugal, sob o impulso do novo panorama digital, seja por via das novas plataformas de distribuição digital de televisão, seja no universo das Web TV. Sabe-se que a tecnologia digital tem vindo a abrir caminho à introdução, um pouco por todo o país, de vários projetos de Web TV com um forte cariz regional ou local, levando a crer que a informação de proximidade continua a interessar aos portugueses. Para além disso, o dividendo digital – enquanto espectro remanescente que resulta da transição do analógico para o digital - constitui uma oportunidade para o desenvolvimento de novos serviços de televisão locais e regionais, vocacionados para a informação de proximidade e a criação de novos fóruns de cidadania e interatividade . O enfoque desta investigação está justamente nos cidadãos telespetadores e nas expectativas destes face à hipótese do surgimento de novas televisões locais e regionais em Portugal.

Um pouco por todo o planeta, as novas lógicas globais de comunicação estão a trazer à discussão a relevância da informação de proximidade. Com efeito, o interesse da televisão de proximidade atravessa a dualidade

local/global para admitir que o global interage, cria e recria o local (Peruzzo & Volpato, 2009). Segundo Castells (2003), o processo de globalização da economia e da comunicação mudou as formas de produzir, consumir, gerir, informar e pensar. A revitalização do local, enquanto meio privilegiado na afirmação das comunidades e das culturas locais, parece surgir como reação à globalização, mas cria entre estes conceitos uma ponte, em vez de uma oposição. “Quando o mundo se torna demasiado grande para ser controlado, os atores sociais passam a ter como objetivo fazê-lo voltar ao tamanho compatível com o que podem conceber. Quando as redes dissolvem o tempo e o espaço, as pessoas agarram-se a espaços físicos, recorrendo à sua memória histórica” (Castells, 2003). A projeção do local no global, chamada de “glocalização” (Stiglitz, 2002), é também por isso um sinal de modernidade. Na perspectiva de Camponez (2002), o local pode inclusivamente oferecer resistência à globalização, mas acaba por alinhar numa lógica de complementaridade com este processo social, deixando a sua importância reforçada. “O local é assim um lugar de conservação, criação e recriação no interior da globalização. Por isso, ele surge-nos como uma realidade incontornável. Enquanto não formos também capazes de descobrir o dom da ubiquidade, o local continuará a ser o nosso destino. É o local que nos alimenta, nos traz a energia elétrica a casa, que nos dá assistência médica e medicamentos, que nos abriga, nos educa e nos faz cidadãos no e para o mundo. É nele que estamos quando pensamos. O local é o nosso contexto” (Camponez, 2002). Ora, numa época em que o local ganha esta importância, a comunicação de proximidade, vinculada pela imprensa, rádio e televisão de proximidade, oferece um compromisso igualmente essencial. De acordo com Coelho (2005) – o autor que desenvolveu o conceito de televisão de proximidade no contexto português – o que os meios de comunicação social locais e regionais podem proporcionar de ímpar na sociedade da informação passa justamente por esse compromisso: um “pacto de proximidade”, assumido por estes órgãos de comunicação e pelas populações que estes servem, em “defender a região e as suas gentes, em nome do desenvolvimento” (Coelho, 2005). Deste modo, o mesmo autor explica que são televisões de proximidade, todas aquelas que produzem conteúdos de

proximidade e respeitam este pacto, favorecendo a descodificação das mensagens através desse compromisso.

Neste âmbito, a definição de televisão de proximidade, que norteia esta dissertação, faz referência a um conceito ainda por operacionalizar em Portugal, mas com um enorme potencial no que respeita à sua missão social. Segundo Moragas Spà (citado por Coelho, 2005), devemos entender por meios de comunicação social de proximidade todos os que se “dirigem a uma comunidade humana de tamanho médio ou pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência quotidiana, às suas preocupações e aos seus problemas, ao seu património linguístico, artístico e cultural e à sua memória histórica” (Coelho, 2005). É ainda de salientar que a característica mais interessante destes meios de comunicação social e que, quando aplicada particularmente à televisão, pode conseguir um impacto verdadeiramente positivo no desenvolvimento social de um país, está ligada à função social dos media. Como explica Coelho (2005), “os meios de comunicação social de proximidade podem ser encarados como lugares alternativos de comunicação, onde, em tese, se poderiam refugiar todos os que acreditam no pensamento e na razão e que elegem a discussão e o debate como instrumentos essenciais para se chegar ao consenso” (Coelho, 2005). Assim, apesar de, nesta dissertação, diversas vezes se mencionarem os conceitos de “televisão local” e “televisão regional”, e haver um enfoque mais preciso no conceito de televisão local, o âmbito do trabalho pretende ir ao encontro do conceito de televisão de proximidade, não podendo por isso mencionar as televisões das regiões, por exemplo, sem deixar de referir os canais das aldeias ou até mesmo as televisões de bairro. Não se pretende, por isso, misturar conceitos, desrespeitando as especificidades de cada meio. Pelo contrário, é nítido que existem diferenças significativas entre televisões locais e regionais, sobretudo no que toca a aspetos essenciais como a área de difusão, a propriedade e a origem. Como assinala Coelho (2005), as televisões locais emitem normalmente para um município e estão ligadas a uma comunidade, enquanto as televisões regionais servem uma região e, no contexto europeu, resultaram maioritariamente da descentralização dos canais nacionais públicos. De resto, ambas podem ser públicas ou privadas, sendo mais frequente encontrar televisões regionais que pertençam ao Estado.

Estrutura do Trabalho e Metodologia

A primeira parte desta dissertação é dedicada a uma contextualização da situação europeia na área da televisão de proximidade. Com efeito, os diversos modelos, que atualmente podemos identificar na paisagem de televisões locais e regionais por toda a Europa, levam a pensar que o processo de desenvolvimento da televisão de proximidade neste continente foi feito a várias velocidades, como resposta à grande diversidade cultural, linguística, política, demográfica e geográfica das regiões europeias. Portugal não passou ao lado de uma primeira fase de descentralização audiovisual, ainda que mais tarde do que na maioria dos países europeus, com o lançamento dos centros regionais que emitiam cerca de 30 minutos por dia de programação própria. Para além disso, desde a década de 1980 que o país vê nascer e morrer várias experiências no campo da televisão local e regional, seja na difusão tradicional como, mais recentemente, na Web. No entanto, o horizonte de cada novo projeto que surge para se tornar uma potencial televisão de proximidade, parece continuar a ser efémero, sendo que Portugal constitui um dos resistentes europeus no que toca a admitir o setor de televisão de proximidade como um motor de progresso para as localidades e regiões. A diversidade europeia permite retirar algumas orientações no percurso que falta percorrer em Portugal. Por isso, optou-se por efetuar uma contextualização europeia no que concerne ao desenvolvimento da televisão local, visando, com base no estudo das realidades espanhola, francesa e inglesa, a compreensão de alguns dos fatores que podem contribuir para que, no futuro cenário digital, a televisão de proximidade se efetive em Portugal e seja sinónimo de jornalismo de qualidade, reforço das identidades culturais das comunidades e participação democrática.

A encerrar este bloco, abordar-se-á a situação portuguesa, resumindo-se num capítulo os principais momentos que marcaram a evolução da televisão de proximidade em Portugal.

A componente empírica deste trabalho baseou-se em métodos quantitativos e qualitativos de investigação, nomeadamente, a produção de um inquérito online ao qual responderam 225 indivíduos, e a realização de

entrevistas semi-estruturadas a um conjunto de stakeholders ligados à área dos media em Portugal.

Neste contexto, o terceiro capítulo da dissertação inclui uma análise aos resultados de um inquérito online, cujo principal objetivo foi compreender as atitudes e preferências de um conjunto diversificado de portugueses face aos media de proximidade, explorando que conteúdos e serviços procuram os indivíduos num canal de televisão de uma localidade ou região, e anotando as suas críticas em relação à atual oferta neste setor.

À análise do inquérito segue-se um capítulo com as principais conclusões das entrevistas com os stakeholders, que teve como principal intuito obter as diferentes perspetivas das diversas partes interessadas no processo de desenvolvimento da televisão de proximidade em Portugal.

Nas conclusões serão apresentados os principais resultados deste trabalho, que se pretende exploratório, encerrando considerações sobre algumas tendências e perspetivas de telespetadores e stakeholders no âmbito da televisão local e regional em Portugal, e propondo como próximos passos uma avaliação das condições de sucesso para o desenvolvimento de canais de televisão local e regional com sustentabilidade económica e social, e a consequente efetivação do conceito de televisão de proximidade neste país.

CAPÍTULO I

TELEVISÃO DE PROXIMIDADE NA EUROPA: OS CASOS DE ESPANHA, FRANÇA E REINO UNIDO

Nos últimos 30 anos, a maior parte dos países da Europa passou por um processo de descentralização televisiva, que permitiu que a televisão de proximidade encontrasse o seu lugar nas diversas paisagens audiovisuais europeias. Mesmo perante o desafio da globalização, a Europa deixou que as televisões locais e regionais se impusessem como motores fundamentais do desenvolvimento político, cultural e económico das comunidades e das regiões, a várias velocidades. Com exceção de países como Portugal ou a Finlândia, a existência de televisões de proximidade nos diversos Estados europeus está hoje disseminada e indissociavelmente ligada ao reforço das identidades regionais e da coesão e comunicação no âmago das comunidades. Por um lado, no que se refere às televisões regionais, estas resultaram principalmente da descentralização dos canais públicos nacionais e serviram de instrumento para reivindicar o reconhecimento das especificidades culturais e linguísticas das regiões com mais vontade de autonomia. Por outro, as televisões locais nasceram como campos alternativos de comunicação, procurando um espaço para a afirmação das comunidades, sobretudo em termos culturais. Neste sentido, a principal inspiração para a criação de televisões regionais e locais no âmbito europeu foi a pressão social, sendo pioneiros os países em que as noções de democracia local e regional tinham maior importância. Com efeito, os canais locais e regionais beneficiaram largamente da regionalização da economia e da política em países como a Espanha, a Alemanha, a Bélgica, a Suíça e, fora da Europa, o Canadá, onde foi visível uma vontade política real em desenvolver pólos de competências audiovisuais e em promover a produção local (Analysis Mason, 2010). No entanto, houve um caminho a percorrer pelos países da Europa. Enquanto no continente americano, mais precisamente nos Estados Unidos da América, a televisão comercial (NBC, ABC, CBS e FOX) operou sempre sob uma forte relação com as estações locais, tendo a paisagem audiovisual americana sido constituída a partir do “local”, os sistemas de televisão europeus estabeleceram-se maioritariamente com base em redes públicas centralizadas, fazendo assim o percurso inverso.

Com efeito, nos últimos anos da década de 70, um duplo movimento de desregulamentação e descentralização dos meios de comunicação social na Europa, embalado pela já mencionada pressão social das regiões marcadas por uma homogeneidade sociolinguística e pela evolução tecnológica (novos suportes tecnológicos como o cabo e o satélite), levaram a um declínio dos monopólios do Estado e abriram portas, não só à criação de televisões regionais a partir de desdobramentos do serviço público, como a novos modelos autónomos de televisão regional. A evolução dos mercados, conduzida pelo impulso da digitalização, tem trazido renovados desafios às televisões europeias de proximidade, mas podemos contar hoje centenas de televisões regionais por toda a Europa, e milhares de televisões locais ou de cidades (Coelho, 2005).

Ora, tendo em conta o facto de Portugal resistir ainda à proximidade audiovisual, comparativamente com a maioria dos países europeus, será útil compreender alguns dos fatores de sucesso no desenvolvimento das televisões locais, com base na experiência internacional. Assim, serão descritos, em seguida, os casos de três países europeus, Espanha, França, e Reino Unido, no âmbito do desenvolvimento da televisão local, com o intuito de fornecer algumas pistas que poderão ser aplicadas ao caso português, tendo em consideração as especificidades nacionais.

I. 1 - Televisão local em Espanha

I. 1.1 - Comunidades em busca dos seus próprios púlpitos

O desenvolvimento da televisão de proximidade em Espanha parece lógico, tendo em conta o contexto de descentralização política deste país, assinalado na Constituição de 1978 com a criação de 17 comunidades autónomas, e o conseqüente reconhecimento de três línguas co-oficiais, a par do castelhano¹. Com efeito, a existência de diversas comunidades autónomas, com identidades bem diferenciadas, foi o ponto de partida de projetos autónomos de televisão regional e local em Espanha, revelando-se vontade

¹ Em Espanha existem, para além do castelhano, três outras línguas co-oficiais: o catalão (falado na Catalunha, Ilhas Baleares e Valência); o basco; e o galego;

política e, principalmente, uma pressão social comandada pela vontade dos cidadãos reforçarem a existência de uma língua e cultura próprias (Coelho, 2005).

Neste âmbito, a Catalunha impôs-se, pela forte identidade que caracteriza a região, como a primeira comunidade autónoma a avançar com uma experiência de televisão local em Espanha, em 1982, com o lançamento da *Ràdio Televisió de Cardedeu*². Esta experiência surgiu doze anos depois do surgimento daquela que é considerada a primeira televisão local do mundo, a *Tevec*³, no Canadá, e após a televisão de proximidade já se ter expandido um pouco por toda a Europa. Da Catalunha, as experiências de televisão local em Espanha rapidamente se alastraram à Andaluzia, depois à Comunidade Valenciana e, daí, ao resto das Comunidades Autónomas do país (Martín, 2008).

De acordo com Prado e Moragas (1991), as primeiras estações de televisão local em Espanha foram herdeiras – e em alguns casos mesmo contemporâneas – das primeiras rádios livres, apresentando como principal argumento o livre acesso ao espaço radioelétrico em nome da liberdade democrática, contra o poder do Estado na administração desse recurso (Prado & Moragas, 1991). Este tipo de televisão local, promovido por organizações da sociedade civil, enraizou-se mais fortemente na Catalunha. De facto, depois da pioneira *RTV Cardedeu*, surgiram mais cerca de quarenta estações de televisão local por ondas hertzianas apenas no território Catalão (Matilla, Majó, Baena, & Tucho, 2006). Com o passar dos anos, este novo setor audiovisual que veio cobrir um espaço comunicativo vazio, experimentou um enorme dinamismo e definiu-se como um espaço socialmente útil. Como realçam Matilla et al., “apesar da sua precariedade tecnológica, financeira e mesmo

² Cardedeu é uma aldeia situada a 40 quilómetros de Barcelona. A sua população não alcança os 10 mil habitantes.

³ O projecto *Tevec* foi lançado em 1969, no estado do Québec (Canadá), com o objectivo de formar e educar a população deste local. Considerada a primeira televisão local do mundo, a *Tevec* aparece como uma iniciativa dos próprios cidadãos do Québec, para ser gerida por grupos sociais e constituir uma alternativa aos meios de comunicação do Estado. Para além do inovador modelo de gestão, a *Tevec* era alternativa no que toca à produção de conteúdos de interesse para a comunidade a que se dirigia (MARTÍN, 2008).

infra-estrutural, as organizações de base cidadã que fundaram estas primeiras televisões locais foram aventureiras, visionárias quanto a um conceito, e nunca se instalaram como alternativa aos meios de titularidade pública, mas antes como complemento” (Matilla et al., 2006, p. 15). Nas comunidades com uma identidade própria comum muito marcada e diferenciada do resto do país – seja por motivos linguísticos, culturais ou sociológicos – existiu uma maior preocupação com o lançamento de televisões locais, geridas por cidadãos, e encarregues de sublinhar as características próprias da comunidade a que se dirigia (Martín, 2008).

Como descreveram Ruano López e Millán Paredes num congresso sobre Comunicação Local, em 2002, “o que define as televisões locais é a sua rentabilidade sociocultural, e se há lugar no espetro para televisões comerciais que buscam a rentabilidade económica e para as televisões estatais que buscam a rentabilidade política, deve haver espaço para as televisões locais, que pretendem a construção da cidadania, e a melhoria da qualidade de vida da gente” (López Ruano & Millán Paredes, 2003, p. 574).

Politicamente, o aparecimento destas emissoras locais coincidiu com o final do regime político franquista. Com efeito, as mudanças sociais e políticas, que a transição para a Democracia implica, notaram-se também nos meios audiovisuais, com a aparição das rádios livres e, depois, das televisões locais, que permitiram uma até então desconhecida participação dos cidadãos nos meios de comunicação social, bem como uma maior visibilidade da classe política, que encarou estes meios como “púlpitos” ideais para dar a conhecer os seus programas eleitorais (Martín, 2008).

Neste sentido, o desenvolvimento da televisão local em Espanha seguiu um pouco o esquema percorrido pelos países que lhe precederam: as circunstâncias políticas de transição para a Democracia, o impulso tecnológico e o desfasamento entre a realidade desta indústria e a sua legislação (Martín, 2008). Estas circunstâncias fizeram com que parecesse natural o desenvolvimento de estações de televisão cujo objetivo fosse trazer às comunidades a possibilidade de se auto-afirmarem. De acordo com Martín (2008), mais do que o avanço tecnológico, a verdadeira inspiração da televisão local em Espanha assentou no desejo comum da sociedade civil se fazer presente no universo audiovisual. Afinal, um dos princípios mais básicos da

televisão local passa por “oferecer oportunidades de acesso e participação dos cidadãos na comunidade”, potenciando o “conhecimento rigoroso dos assuntos locais e a formação de opinião ativa sobre estes” (Costa I Badía, 1992 apud Martín, 2008). Na mesma direção, Prado e Moragas (1991) sublinham que o surgimento e implantação destas televisões locais podem ser interpretados como uma série de “experiências de apropriação popular das tecnologias audiovisuais (...), sintoma da existência de uma sociedade civil madura e com grande capacidade pró-ativa”.

Contudo, o desenvolvimento da televisão local em Espanha não escapou à lógica comercial. O autor Rozados Oliva (2001) assinala que “a história das atuais televisões locais em Espanha tem uma dupla origem: o caso catalão, com o objetivo de cumprir uma finalidade de tipo cultural” e o caso das experiências surgidas principalmente em Andaluzia, nas quais “subjaz uma finalidade de ordem comercial, nalguns casos ao abrigo de uma necessidade de carácter técnico” (Rozados Oliva, 2001 apud Martín, 2008). Assim, enquanto nalgumas localidades, os operadores de televisão seguiram os passos da *Tevec* ou da *Ràdio Televisió de Cardedeu*, que apresentavam uma programação alternativa, comandada pela iniciativa popular, noutros locais optou-se por um modelo mais comercial, desenvolvido nas mãos de pequenas empresas locais, dedicado à obtenção de lucro (Martín, 2008). É de salientar que as estações de televisão que seguiram este último modelo reduziram a produção própria de conteúdos focados nas comunidades, deixando de funcionar como uma alternativa para os cidadãos.

I. 1.2 - Crescimento num contexto de “ilegalidade”

Os dois modelos de televisão local já mencionados – comercial e comunitário⁴ – desenvolveram-se em Espanha à margem de qualquer legislação. O autor Martínez Albertos (1982) destaca mesmo dois fatores como cruciais na evolução deste setor audiovisual em Espanha: o baixo custo exigido

⁴ A “televisão comunitária” é considerada por autores como Francisco López Cantos como o verdadeiro gérmen da televisão local. Este tipo de televisão assenta num modelo público de gestão comunitária, desenvolvida na maioria dos casos, com independência do poder político (López Cantos, 2005).

para o lançamento de um canal local e, sobretudo, a indefinição jurídica na qual as estações se desenvolveram. De facto, foi este contexto que permitiu que a televisão local em Espanha crescesse de forma esmagadora em poucos anos, chegando rapidamente a quase todos os cantos do país. Repare-se que, desde o início dos anos 1980 até ao período da transição para a televisão digital terrestre – que teve o seu relançamento em Espanha em 2004 - surgiu apenas uma iniciativa incompleta de regulação da televisão local em Espanha: a chamada lei transitória, de 1995⁵ (Matilla et al., 2006). Este primeiro pacote legal sobre o setor é considerado por autores como Fariñas Martín (2008) como “tardio⁶ e incompleto”, pelo facto de contemplar a aprovação de um Plano Técnico – que determinaria a atribuição de frequências aos operadores locais – que nunca chegou a ser posto em prática. Com efeito, o Plano Técnico não se concretizou até o país ter começado a encarar a digitalização, sendo que a televisão local teve de esperar 25 anos até ser verdadeiramente legislada e organizada.

O clima de instabilidade jurídica, e o crescimento desorganizado da TV local em Espanha dificultou o conhecimento preciso do número de estações a operar no país, bem como os seus padrões em termos de estrutura, programação e funcionamento. Ainda assim, o último censo de televisões locais realizado em Espanha, em 2002⁷ – anos antes da “revolução” que a transição para a Televisão Digital Terrestre (TDT) viria trazer ao panorama da televisão local – contabilizou 897⁸ televisões locais distribuídas por toda a geografia espanhola, em 606 municípios. Como se assinala no resumo do documento realizado pela Associação para a Investigação dos Meios de Comunicação (AIMC), “em relação a 1999, notou-se um aumento tanto em quantidade de televisões (cresceram 21%) como em número de municípios pelos quais se distribuíam (aumento de 9,6%)”(AIMC, 2002). O censo da AIMC

⁵ Lei 41/95 de 22 de Dezembro.

⁶ Desde a aparição da primeira televisão local em Espanha até à aprovação da Lei da Televisão Local por Ondas Terrestres (LTLOT), de 1995, passaram quase quinze anos, período no qual foram legisladas as televisões públicas de âmbito autonómico e as televisões privadas.

⁷ O “Censo AIMC de Televisões Locais” foi publicado em Outubro de 2002.

⁸ 115 destas televisões locais emitiam exclusivamente por cabo.

destacou ainda a heterogeneidade do conjunto de televisões locais existentes naquela data, em termos de tamanho, propriedade (municipal, privada ou mista), horários de emissão e sistema de difusão (cabo, ondas hertzianas ou satélite). De acordo com a AIMC, tanto existiam estações a emitir um dia por semana, durante duas horas, como canais que emitiam apenas durante as festas da localidade.

Assim, estes dados corroboram a tese de que a televisão local foi um dos setores do audiovisual espanhol que sofreu maiores transformações nos últimos 15 anos. Como assinala Badillo Matos (2005), em pouco mais de cinco anos, a televisão local passou de uma atividade com escassos operadores a um campo de batalha essencial para os grandes grupos de comunicação espanhóis - principalmente os grupos Prisa (Pretesa-Localia) e Vocento⁹ - apesar de a maior parte dos pequenos canais locais serem propriedade de grupos religiosos, associações sociais e de empresários locais, principalmente na área da construção civil (Coelho, 2005).

Mesmo assim, foi preciso esperar até 2004 para estas televisões saírem da marginalidade e arrancar finalmente uma lenta reordenação do setor, com a aprovação pelo Conselho de Ministros do «Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local», que constituiu o verdadeiro início do processo de regulação da televisão local no país (Impulsa TDT, 2007). Este plano demarcou 266 áreas geográficas nos distritos espanhóis, e atribuiu um multiplex (equivalente a 4 canais) a cada uma delas, com o objetivo de permitir a existência de mais de mil pequenas emissoras legalizadas de televisão, que cobririam 87% da população. Mais precisamente, o plano digital espanhol previa 1164 canais locais no total (existiam cerca de mil canais analógicos anteriormente). No entanto, estima-se que tenham sido atribuídas cerca de 715 autorizações pelas Comunidades Autónomas, o que significa um canal local por «município» e equivale, em média, a um canal por 64.000 pessoas (Analysis Mason, 2010).

⁹ Os grupos Prisa e Vocento, dois dos mais importantes grupos de comunicação social em Espanha, já incluíram nos seus “impérios” dezenas de televisões locais, provando que o mercado de proximidade em Espanha não só suporta como torna rentáveis investimentos no setor (Coelho, 2005).

Assim, de esquecida, a televisão local espanhola passou a pioneira, graças ao processo de digitalização, já que ficou estabelecido que este seria o primeiro serviço televisivo obrigado a emitir em tecnologia digital terrestre, e teria o seu apagão analógico dois anos antes de todos os outros¹⁰. Esta meta não chegou a ser cumprida, mas é incontestável que, um quarto de século depois da sua aparição em Espanha, a televisão local encontrou o seu espaço legal através da TDT, ainda que esta transição também lhe tenha trazido problemas.

I. 1.3 - Transição para a TDT: fim dos problemas de sintonia e maior competição

O principal modo de difusão da televisão local espanhola foi, desde sempre, o terrestre (primeiro em analógico e depois em digital), apesar de as principais televisões regionais e locais difundirem através do cabo e do satélite. De qualquer modo, a transição para o digital trouxe novos desafios. Se, por um lado, colocou as televisões locais ao nível das televisões generalistas autonómicas, estatais e privadas, em termos de qualidade de imagem, por outro trouxe renovados problemas, ligados, entre outros aspetos, à competição. A oferta televisiva gerada pelas possibilidades técnicas da digitalização fez-se acompanhar por uma luta acesa pelo *share* e receitas publicitárias. Numa entrevista ao “Observatori de la Producció Audiovisual”, em Setembro de 2009, o diretor-geral do grupo COMUNICÀLIA, Joan Vila, realçou alguns dos efeitos negativos da passagem ao digital, alertando para a situação financeira preocupante em que se encontram muitas estações locais. “Ao reorganizar o mapa, algumas televisões consolidadas desapareceram, porque ficaram de fora da distribuição de licenças, e nasceram outras que não existiam e que agora estão com problemas em manter-se. Portanto, criou-se um certo transtorno e atualmente deparamo-nos com um panorama muito incerto, sobretudo porque a toda esta situação se juntou a crise económica (...) Há

¹⁰ O Decreto 2268/2004, de 3 de Dezembro, assinala que, no âmbito do Plano Técnico Digital Local, a televisão local deve realizar a transição para o digital terrestre dois anos antes da data prevista para o apagão analógico definitivo, que teria lugar a 3 de Abril de 2010. Assim, a data para o fim das emissões analógicas das TVs locais ficou definida para Janeiro de 2008, meta que não veio a ser cumprida (Morales, 2009).

comarcas demasiado pequenas para a quantidade de televisões que se estabeleceram, como é o caso de Osona, de apenas 100 mil habitantes, onde há três televisões privadas a competir pela mesma publicidade” (Vila, 2005).

Neste âmbito, é certo que a TDT foi o ponto de partida para muitos operadores de TV local, deixando para trás condições de transmissão precárias e um contexto de ilegalidade, mas significou também o fim para outros, incapazes de corresponder às exigências do mercado. A definição das 266 demarcações, a imposição de um multiplex por departamento, e os critérios exigentes nas candidaturas às licenças excluíram muitas pequenas empresas da corrida a um espaço no espetro. Para além disso, o apagão analógico em Espanha coincidiu com a explosão da crise económica, que acabou por ter repercussões em todo o setor audiovisual espanhol. Apesar de as concessões feitas no âmbito da TDT parecerem garantir um espaço às televisões locais no setor audiovisual espanhol, a crise derrubou esses avanços e fez ruir o período de auge destas televisões, que tinha começado na década anterior, quando todas as câmaras municipais queriam contar com o seu próprio canal. Veja-se o caso da Catalunha - uma das zonas que em teoria estava mais preparada para a TDT, a par de Madrid - onde metade das televisões locais com licenças atribuídas não chegaram ao apagão¹¹. O fracasso da TDT local repetiu-se noutras comunidades, como Baleares, Aragão, Astúrias e Cantábria, provando-se que, muitas das televisões locais que receberam licenças, não estavam preparadas para emitir no formato digital terrestre, quer em termos de capacidade de produção de conteúdos, quer ao nível da viabilidade económica. Em Valência, por exemplo, quase nenhuma demarcação chegou a ter a funcionar os quatro canais de TDT que o Governo espanhol planeou para cada área.

I. 1.4 - Refúgio dos canais na Web

Passado o apagão analógico, a 3 de Abril de 2010, a falta de audiência, a escassa publicidade e a crise económica que fragilizou os municípios fizeram

¹¹ Entre as 92 licenças concedidas, apenas 46 estavam operacionais na altura do apagão analógico, segundo o Conselho Audiovisual da Catalunha (CAC).

com que muitos canais locais anunciassem o encerramento das suas emissões ou se transformassem em Web TVs. Foi o caso da televisão municipal de Mislata (Valência), a primeira televisão a deixar de emitir após o apagão¹². Depois de 20 anos “no ar”, este serviço converteu-se na *Mislata Televisió*, uma página Web do município, que oferece conteúdos audiovisuais sobre a localidade. O caso da televisão de Mislata foi o primeiro de muitos. Em Gavà (Barcelona), a passagem ao digital também significou o encerramento das emissões tradicionais de televisão. Mais uma vez, tratou-se de uma questão de sobrevivência financeira. Num artigo do jornal *El País* (2011), a Câmara Municipal de Gavà reconheceu “a impossibilidade” de continuar a fazer frente aos gastos de funcionamento de um canal em TDT e anunciou a sua decisão de criar uma televisão pela Internet “ajustada às necessidades” do município com “a finalidade de poder prestar o serviço de informação à cidadania» mas «com um menor custo”. De facto, o ano de 2011 marcou o fim da linha para muitas televisões locais, e o início da reestruturação de algumas, ao encontro da Internet. Como sustenta J. Mestre Castelló, num artigo de opinião publicado na edição *online* do jornal *Levante-EMV*, em Fevereiro de 2012, o panorama das televisões locais em Espanha é hoje ‘desolador’: “o apagão analógico e a crise económica reduziram a presença da oferta local. As câmaras municipais, que em época de vinho e rosas financiaram esta oferta local que servia de altifalante para os seus projetos políticos, ajustaram as suas ajudas devido à situação precária dos seus cofres” (Castelló, 2012). A corroborar as conjeturas mais negativas, os dados do Barómetro TV – Análise de Produção e Distribuição Televisiva em Espanha, preparado pelo grupo Barlovento Comunicación, em Junho de 2011, demonstram que a produção dos canais locais “vive um momento mais que delicado”. Ao contrário do que era esperado, a transição para a TDT foi “negativa” para a maior parte destes canais, o que levou a uma forte crise na produção de conteúdos. Este é um aspeto indicador da “saúde” de uma televisão, já que está diretamente relacionado com o mercado publicitário (Barlovento Comunicación, 2011).

¹² A televisão de Mislata encerrou as suas emissões em Março de 2011, passando a existir apenas como WebTV.

Assim, apesar de o processo de transição para a televisão digital em Espanha ser considerado um caso de sucesso no âmbito europeu, pelas vantagens evidentes que o apagão analógico trouxe aos consumidores em termos de aumento do número de canais gratuitos¹³ e de inovação tecnológica¹⁴, o setor da televisão local sofreu algumas perdas com a transição obrigatória para o digital.

De qualquer modo, a digitalização trouxe novas oportunidades de convergência, que podem agora ser aproveitadas a favor das televisões locais. De acordo com Carmen Morales (2009), o futuro da televisão local passa pela Web. “No panorama televisivo espanhol, a televisão local é o ator mais afetado pela chegada da TDT e encontrará na Internet uma ferramenta com múltiplas vantagens, entre elas, a extensão da televisão para fora do seu âmbito de cobertura e a plena interatividade” (Morales, 2009).

O primeiro contacto da televisão local com a Internet começou ainda no contexto analógico, mas a passagem ao digital tem sido o principal motivo a levar as televisões de carácter local a apostarem no suporte online, mais barato e menos competitivo. Como já foi referido, os casos das televisões de Mislata e de Gavà são apenas dois exemplos, sendo que os especialistas nesta área preveem que muitas outras televisões locais espanholas caminhem nesse sentido. Veja-se que um artigo do jornal *El País*, publicado *online* a 12 de Janeiro de 2012, reuniu as opiniões de alguns académicos sobre este tema, concluindo que é unânime a ideia de que a Web constitui uma importante oportunidade para a sobrevivência da televisão local em Espanha. No artigo referido, Josep Àngel Guimerà, professor no Departamento de Comunicação da UAB e investigador do Observatório da Comunicação Local, explica que a Web TV “é um modelo de organização, produção e funcionamento radicalmente diferente”, sendo que “na rede, com um equipamento ligeiro, produz-se perfeitamente uma hora diária de programação sem necessidade de uma grande redação e sem se sofrer demasiado” (El País, 2012). Na mesma linha, David Domingo, professor de Jornalismo Digital da Universidade Rovira i

¹³ Em Espanha, os telespetadores receberam 20 canais nacionais gratuitos ainda antes do desligamento das emissões analógicas. Antes do “apagão” tinham apenas quatro canais analógicos nacionais (Quico, 2012).

¹⁴ A TDT espanhola oferece canais em alta definição e generalizou as emissões em 16:9.

Virgili e coordenador do Observatório da Comunicação Local, defende que a Web permite chegar ao público “com muito mais garantias, sem necessidade de competir com as grandes cadeias”. No entanto, o autor considera que ainda é muito cedo para que as televisões locais emitam apenas na Web, havendo apenas seis canais locais em Espanha a emitir exclusivamente na Internet, no início de 2012. Para além disso, apesar de a Internet permitir manter um canal de televisão sem a obrigação de fornecer conteúdo contínuo durante todo o dia e sem os custos que as emissões habituais obrigam, a aposta nas Web TVs deixa algumas questões em aberto, destacando-se o problema da perda de audiências. A propósito, Eva Gabarrós, responsável de Informação na *Gal/và Televisió*, sublinha que, na Internet, “a relação com a audiência perde-se”, sobretudo porque a televisão local é vista principalmente por indivíduos mais velhos, que não têm por hábito aceder à Internet (El País, 2012).

I. 1.5 - Redes de sindicacão e produçãõ de conteúdos “frescos”

Os canais de televisão local em Espanha são sobretudo generalistas, com uma programação dominada pela Informação, nomeadamente, debates políticos de vocacão regional ou local. Assim, apesar de a transiçãõ para a TDT ter motivado algumas TVs locais a desenvolverem canais temáticos, como a Pirenéus TV, ligada ao Turismo, ou a 105 TV, dedicada à música, as grelhas dos canais locais espanhóis são normalmente caracterizadas por uma grande variedade de programas. Apesar destes projetos de televisão local sobreviverem com poucos profissionais, uma vez que a maior parte trabalha com funcionários voluntários amadores, algumas televisões em Espanha têm optado por contratar jovens que idealizam projetos mais ambiciosos (Coelho, 2005). Assim, a grande maioria dos canais locais emite, sobretudo, informação, com a produçãõ própria de boletins informativos de notícias locais, festas municipais, questões sociais – programas de debate e entrevista com personalidades locais - sindicacão de conteúdo cultural; sindicacão de conteúdo educativo para criançãs; programas difundidos em simultâneo por vários canais locais de uma mesma rede (espetáculos, ficções e revistas); televidas; e, por fim, jogos, quiz ou programas para adultos (Analysis Mason, 2010).

No que respeita à regulação dos conteúdos, as licenças dos canais locais são sujeitas a rigorosas obrigações de difusão de programas de origem local, com um mínimo de 4 horas por dia e 32 horas por semana a difundir entre as 13h e as 16h e as 20h e as 23h. As licenças impõem igualmente um limite máximo de 5 horas por dia ou 25 horas por semana de emissões co-produzidas.

Efetivamente, de acordo com entrevistas a responsáveis pelos canais locais espanhóis, recolhidas pelo Centro de Investigação Analysis Mason (2010) no âmbito de um estudo comparativo sobre a TV local na França, Alemanha, Bélgica, Canadá, Espanha, Itália e Reino Unido, apesar de os conteúdos locais serem indispensáveis para os canais, os profissionais da área consideram que esses conteúdos não devem dominar a programação. Caso contrário, pôr-se-á em causa a rentabilidade financeira destas televisões. Na verdade, existe um debate aceso sobre a viabilidade económica dos conteúdos locais. Isto é, a “televisão de proximidade” é cara de produzir e tem um interesse limitado para o público espanhol (Analysis Mason, 2010).

De qualquer modo, os canais locais espanhóis esforçam-se por fazer face às dificuldades associadas ao seu tamanho e economia, e procuram desenvolver diferentes formas de syndicação. Na Catalunha por exemplo, existem duas redes de syndicação ligadas a iniciativas públicas (Xarxa de TVs locais e Comunicàlia) e duas redes desenvolvidas por sociedades privadas (TDIP e TVlocal.cat). Estas redes representam um importante apoio aos pequenos canais locais, no que respeita à produção e partilha de conteúdos locais originais. Os canais que pertencem a uma rede têm capacidade de apresentar uma quantidade considerável de programas “frescos”. Por exemplo, a rede Xarxa oferece 42,3 horas de programas em primeira difusão por semana, e a rede Comunicàlia proporciona 23 a 25 de programas em primeira difusão por semana (Analysis Mason, 2010). Estas redes são normalmente suportadas por grandes grupos de comunicação e representam um novo modelo no panorama das televisões locais.

No entanto, os canais locais têm, comparativamente com os canais regionais, mais problemas em alcançar audiências significativas, medi-las e rentabilizá-las. De acordo com as entrevistas do Analysis Mason, em Espanha, a audiência “base” para atrair publicidade estima-se em 5 milhões de pessoas.

Para além da falta de interesse dos anunciantes, os pequenos canais regionais espanhóis e a maioria dos canais locais são também confrontados com dificuldades em medir de forma precisa a sua audiência, tendo alguns deles sido obrigados a adquirir aparelhos de medição de audiências.

Em suma, importa realçar que, apesar de muitas televisões locais em Espanha não emitirem uma programação verdadeiramente alternativa aos canais regionais e nacionais, trazendo muitas delas o peso dos proprietários que controlam o setor, sejam empresários ou políticos que usam este palco para servirem os seus interesses, estas constituem, como assinala o autor Luís Miguel Martinez, “um campo experimental crucial em tecnologia, conteúdos e profissionais” (MARTINEZ apud COELHO, 2002, p.180), favorecendo o desenvolvimento de espaços de comunicação que forneçam às comunidades alternativas às propostas dos meios de comunicação estatais.

I. 2 - Televisão local em França

I. 2.1 - A digitalização ao serviço da proximidade

No âmbito europeu, a França aparece como um dos países que mais tarde conheceu o desenvolvimento da televisão local. A centralização da política francesa contribuiu largamente para o fraco desenvolvimento das televisões locais relativamente a países como a Alemanha, Bélgica e Espanha, que têm regiões muito mais independentes económica e politicamente, o que leva a pensar que a França não beneficiou de uma “tradição” na área da televisão de proximidade.

O “Estudo sobre as condições de sucesso da televisão local em França com base numa comparação internacional” (2010), realizado pelo Analysis Mason, fornece algumas pistas para a compreensão da paisagem atual dos canais locais em França, assumindo o peso de alguns acontecimentos cruciais na história de marginalização da TV local neste país. Primeiramente, a atribuição, em 1972, do estatuto de canal das regiões ao terceiro canal nacional público (atual *France 3*) é destacada como fator decisivo para o atraso no desenvolvimento das TVs locais francesas. Tal como a *BBC*, no Reino Unido, ou a *RAI 3*, na Itália, a *France 3* passou a ter desdobramentos regionais, o que fez com que o país não desenvolvesse canais regionais ou locais com difusão 24 horas sobre 24 horas, como acontece em Espanha ou na Alemanha.

Efetivamente, o interesse no desenvolvimento de meios de comunicação de informação local intensificou-se no país com a lei sobre a descentralização de 2 de Março de 1982, que marcou o início de uma evolução dos poderes políticos e económicos das cidades, cantões, departamentos e regiões francesas, atribuindo-lhes o dever de assegurarem a preservação das suas “identidades”. No mesmo ano, a adoção do Plano Cabo previu o acesso à informação local através de canais locais por cabo. No entanto, o novo modo de distribuição que tinha por objetivo cobrir o conjunto do território francês foi, no ponto de vista de alguns especialistas, uma experiência “infeliz”, e a sua implementação gerou vários problemas. Numa crónica sobre a “Televisão Local e a TDT” (2006), Emmanuel Eurieult considera que a principal dificuldade residiu na falta de um quadro jurídico apropriado, já que a lei de 29 de Julho de 1982 fazia apenas uma referência menor à televisão local¹⁵. “As coletividades locais que estavam previstas desempenhar um papel mais relevante no desenvolvimento da teledistribuição foram, de facto, relegadas para segundo plano, tendo como única alternativa optar ou não pela criação de uma rede por cabo no seu território e financiar em grande parte a sua construção” (Eurieult, 2006).

Para além do “fracasso” do Plano Cabo, Eurieult coloca as formas de expressão local concorrentes das televisões de proximidade – sobretudo a imprensa diária regional – como mais um motivo para o atraso da França no desenvolvimento das televisões locais.

Na verdade, só no final dos anos 1980 é que a Comissão Nacional da Comunicação e das Liberdades (CNCL) francesa começou a complementar a oferta pública hertziana, entregando as primeiras autorizações para serviços de televisão hertziana local a três canais: *Télé Toulouse*, *8 Mont-Blanc* e *Télé Lyon Métropole*. A CNCL autorizou também o canal nacional *M6* a difundir uma componente de informação local através de desdobramentos.

¹⁵ Citando a obra de Hervé Isar, “Le service public et la communication audiovisuelle”, de 1995, Emmanuel Eurieult sublinha: “Apenas o artigo 17 da lei de 29 de Julho de 1982 faz indirectamente menção à distribuição por cabo, precisando a competência da Alta Autoridade da comunicação audiovisual em matéria de entrega de autorizações relativas aos serviços locais de radiotelevisão por cabo” (Eurieult, 2006).

A entrega de autorizações acelerou-se nos anos 1990 e 2000¹⁶, mas foi graças ao desenvolvimento da TDT que os canais locais conheceram um verdadeiro “boom”, com o Conselho Superior do Audiovisual (CSA) a pôr em prática uma política ativa de apelos a candidaturas¹⁷.

I. 2.2 - Revolução da TDT no panorama das TVs locais

A França começou a transmitir sinal de TDT em 2005, abrindo a campanha “La Télévision numérique pour tous” e lançando uma plataforma *free-to-air*, com 17 canais, e outra *pay-TV*, com 11 canais exclusivos. O país optou por limitar o uso do espectro para as transmissões televisivas a 6 multiplexes (R1, R2, R3, R4, R5 e R6), tendo cinco destes multiplexes entrado de imediato em funcionamento, com capacidade para 28 canais, e o sexto sido reservado para uso futuro, em aplicações de televisão de alta definição e TV móvel (Denicoli, 2011). A TDT trouxe vantagens evidentes¹⁸ aos franceses, enriquecendo consideravelmente a oferta gratuita de televisão. Com a passagem ao digital terrestre, os franceses passaram a ter 19 canais gratuitos em vez de 6, para além do acesso livre a dezenas de novos canais locais. De facto, o desenvolvimento das televisões locais foi, sem dúvida, uma das bandeiras da transição para a TDT no país, tentando colmatar-se o atraso em relação ao resto da Europa. Do início do processo de transição para a TV digital, em 2005, aos primeiros incentivos concretos ao desenvolvimento das TVs locais no ambiente digital passaram dois anos, sendo que, entre Novembro de 2007 e Março de 2008, o CSA lançou cinco vagas de apelos a

¹⁶ A partir do final dos anos 1990, as televisões locais passaram a constituir uma nova prioridade dos sucessivos governos franceses, tendo estes apostado na criação de regras adaptadas à situação das televisões locais francesas, nomeadamente no que toca à publicidade (Analysis Mason, 2010).

¹⁷ Entre Novembro de 2007 e Março de 2008, o CSA lançou cinco vagas de apelos a candidaturas destinadas a suscitar a criação de canais locais em 26 zonas geográficas (Analysis Mason, 2010).

¹⁸ Em Julho de 2011, seis anos depois do lançamento da TDT em França, os novos canais digitais acumularam 23,6% da audiência total da televisão, o que prova que o público que tinha acesso apenas a seis canais, ou menos, por via analógica, beneficiou de um enriquecimento e de uma diversificação da oferta.

candidaturas destinadas a suscitar a criação de canais locais em 26 zonas geográficas (Analysis Mason, 2010).

Por conseguinte, a chegada da TDT à paisagem audiovisual francesa permitiu pensar numa melhoria quantitativa e qualitativa da oferta proposta pelos canais locais. Do ponto de vista qualitativo, a difusão por via digital terrestre contribuiu para a melhoria da receção dos programas, enquanto, em termos quantitativos, a multiplexagem dos programas televisivos trouxe uma redução considerável dos custos de emissão. A lei francesa de 5 de Março de 2007, sobre a modernização da difusão audiovisual e a televisão do futuro, permitiu a conversão integral e simultânea dos canais analógicos para a TDT, um alargamento da oferta a preços mais baixos que ajudou a interessar os investidores e tornou a TDT o principal modo de difusão dos canais locais em França (Analysis Mason, 2010). No final de Outubro de 2011, o CSA contabilizou 60 canais locais a difundir através da TDT e 106 canais locais a difundir através de outras redes (cabo, satélite, ADSL, fibra ótica, mobile...) (CSA, 2011).

É também de realçar que quase a totalidade dos canais locais franceses encarou também o desafio da passagem aos formatos não-lineares e à Internet, com 36 canais a difundir na Web, em 2009 (Analysis Mason, 2010). No entanto, esta evolução tem sido acompanhada por dificuldades em rentabilizar as audiências na Internet.

Num relatório de 2003, que aborda o desenvolvimento das televisões locais no contexto da TDT, o conselheiro de Estado Michel Boyon resume os obstáculos que se foram acumulando ao longo dos anos, na história da televisão local francesa. São eles: “a relativa escassez de frequências, prioritariamente atribuídas às televisões nacionais para que estas completassem os seus serviços; um quadro jurídico complexo e limitativo; a insuficiência crónica de fontes de financiamento em termos de custos de programas; as posições ambíguas ou contraditórias dos *media* locais tradicionais; a falta de profissionais capacitados disponíveis devido à ausência de um aparelho de formação adaptado às regiões” (Boyon, 2003). Com isto, Boyon conclui que, por ter hesitado durante muito tempo em admitir o audiovisual local como um *media* em pleno exercício, a França assistiu à ocupação de todo o terreno disponível pelos meios de comunicação de

extensão nacional. Neste sentido, é o próprio Conselho Superior do Audiovisual francês a sublinhar que a história da televisão local francesa é um paradoxo: apesar de desejada e esperada pelo público francês, esta não chegou a conseguir inserir-se verdadeiramente na paisagem audiovisual francesa, pelo menos até à chegada da TDT. Desde os primeiros trabalhos relativos ao lançamento desta última, em 2005, que se afirmou que o novo modo de difusão constituiria finalmente a oportunidade para tirar as televisões locais da marginalidade (Boyon, 2003).

Segundo os resultados mais recentes do estudo da “Médiamétrie” sobre as TVs Locais, cerca de 700 mil telespectadores franceses veem um canal local todos os dias, assistindo, em média, a 36 minutos por dia de TV local. O estudo “TVs locais Setembro 2010 – Junho 2011” demonstra ainda que 21,4 milhões de habitantes em França com mais de 15 anos, na posse de televisão, vivem numa zona coberta pela difusão de pelo menos um canal local (Médiamétrie, 2011).

No entanto, os especialistas verificam que, apesar do aumento de canais no quadro do desenvolvimento da TDT, a saúde financeira das televisões locais continua frágil, notando-se que o seu modelo económico e editorial não evoluiu muito. Ainda assim, Olivier Pascal (2010), responsável pelo Gabinete Analysys Mason, afirma que “as condições para o sucesso das TVs locais existem no país”, havendo no entanto a necessidade de readaptar o modelo de televisões locais em termos de regulação, custos, receitas e conteúdos. De acordo com Olivier Pascal, sobressaem como fatores-chave para o desenvolvimento das TVs locais em França: a flexibilização das regras da publicidade nos canais locais; a criação de condições para a generalização e harmonização dos subsídios às televisões locais; o desenvolvimento de estudos de audiências sobre televisões locais; a homogeneização das grelhas de programação durante as horas de maior audiência, de forma a facilitar a venda de espaços publicitários aos anunciantes nacionais; a cooperação entre o canal das regiões *France 3* e os canais locais; a harmonização da qualidade editorial dos canais (Analysis Mason, 2010).

I. 2.3 - Qualidade dos conteúdos como fator diferenciador no contexto europeu

Outro dos tópicos chave para caracterizar a televisão local francesa tem que ver com a legislação dos seus canais locais. Em França, as licenças de difusão destes canais têm a duração de 10 anos e preveem algumas obrigações de produção específicas, mas menos limitativas do que as dos canais hertzianos nacionais. Admitindo que, para avaliar a qualidade das grelhas, se deve ter em conta o peso dos conteúdos emitidos pela primeira vez todas as semanas, a qualidade dos programas de cariz local em França destaca-se, sem dúvida, no panorama europeu. A maioria dos canais locais franceses tem a obrigação de produzir, pelo menos, 12 horas semanais de conteúdos locais novos, um número que é facilmente ultrapassado pela maioria dos canais e que torna a televisão local francesa sinónimo de qualidade face às grelhas das TVs locais de países como a Alemanha, a Bélgica ou a Itália, com quotas mais baixas. Em termos de conteúdos, os canais locais franceses são relativamente generalistas, dominando os telejornais e as “magazines” sobre política, economia, desporto, cultura e ambiente, à escala das localidades.

No entanto, a produção e difusão de uma quantidade significativa de conteúdos locais não é garantia de uma audiência forte nem de receitas comerciais significativas. Por exemplo, canais como o *8TV*, em Espanha, ou o *CityTV*, no Canadá, são bem sucedidos em termos de audiências porque difundem programas populares (normalmente séries americanas) nas horas de forte audiência.

I. 2.4 - Diversidade de canais, conforme os públicos

É importante realçar que a França não apresenta um modelo único de televisão local, sobressaindo uma grande diversidade no que concerne à tipologia dos canais. O CSA criou três categorias nas quais se inserem os vários canais franceses. São elas: a televisão de *ville* (que visa uma comunidade à escala de uma cidade), a televisão de *pays* (com um público à escala de um departamento) e a televisão de proximidade (orientada sobretudo para as informações práticas e para a vida associativa). Qualquer um destes

tipos de canais é produzido por equipas muito pequenas. Como exemplos de canais que se inserem na categoria televisão de *ville*, podemos referir o canal de Marselha (*LCM – La chaîne Marseille*) ou a *TV Toulouse (TLT – Télé Toulouse)*. Os programas deste tipo de canais são essencialmente ligados à informação (jornais e *magazines* temáticas dirigidos a um público específico: desporto, lazer, economia, etc.). Já como exemplos de televisão de *pays*, encontramos a *TV8 Mont-Blanc* ou a *Wéo*. Estes canais emitem para um território mais vasto do que as televisões de *ville* e desenvolvem outras temáticas ligadas à geografia, ao ambiente e à preservação das riquezas culturais locais (Ver Figuras 1 e 2). Como exemplo de uma televisão de proximidade, podemos referir o canal *Demain IDF*, que se dedica ao emprego e à formação.

Por fim, importa realçar que a maior parte dos canais locais franceses difundem 24 horas sobre 24 horas, mas existe uma grande heterogeneidade entre eles no que concerne às audiências. Dados de Março de 2010 indicam que, enquanto os canais da “Ile de France”¹⁹ têm uma audiência potencial superior a 10 milhões de habitantes, 22 dos canais locais franceses apresentam uma audiência inferior a 1 milhão de habitantes (Analysis Mason, 2010). Na verdade, os outros *media* locais são relativamente poderosos em França. A imprensa quotidiana regional é considerada a pior inimiga da televisão local tendo, em 2009, representado 13% do mercado da publicidade local (France Pub, 2010) e demonstrando uma grande estabilidade ao longo dos últimos anos. Os resultados de 2010 do “Estudo da Imprensa de Informação Diária” francesa (EPIQ)²⁰, demonstram que 17,2 milhões de pessoas em França, isto é, mais de um terço (34%) dos franceses, leem, em *media*, um diário regional por dia (Audipresse, 2011).

Em suma, o caso francês pode fornecer pistas interessantes no que respeita aos esforços de desenvolvimento da televisão de proximidade, em

¹⁹ A “Ile de France” é uma região histórica e administrativa da França, composta por oito departamentos (Sena e Marne, Yvelines, Essonne, Val-d’Oise, Val-de-Marne, Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis e Paris). É a região francesa mais populosa, com cerca de 11.8 milhões de habitantes, o que representa cerca de 19% de toda a população francesa (Conseil Régional d’Île-de-France, 2012).

²⁰ O EPIQ é da autoria da Audipresse e constitui o estudo de referência na medição de audiências da imprensa diária em França.

Estados com culturas muito centralizadas. Mesmo num país que, no âmbito europeu, à semelhança do que acontece em Portugal, resistiu durante mais tempo à descentralização da paisagem televisiva, parece haver um caminho para a TV de proximidade, na condição de se combinar a aposta nos conteúdos locais e numa regulação flexível.

I. 3 - Televisão local no Reino Unido

I.3.1 - A aposta na TDT e num novo quadro legal

Em Dezembro de 2011, o Ministro da Cultura e do Desporto do Reino Unido²¹, Jeremy Hunt, divulgou os nomes de 20 cidades “pioneiras” no processo de desenvolvimento de uma nova geração de serviços de televisão local²² no país. O plano, acompanhado pelo regulador britânico Ofcom, visava responder ao que o Governo considerou uma “verdadeira demanda” de programação local no Reino Unido, país que tem acumulado barreiras políticas e económicas a este tipo de televisão (DCMS, 2011b). O projeto tem como meta 2015, ano em que se prevê que, pelo menos, cerca de 10 a 20 televisões locais distribuídas pela geografia do país estejam a emitir em sinal aberto, na TDT²³, e alcancem a sua própria viabilidade. O plano, financiado pelo Governo britânico, traduz-se na atribuição de licenças de emissão - através da reserva de uma parte do espetro para as televisões locais - apoiada num novo quadro legal específico para o setor.

A contextualizar esta aposta do Executivo britânico está um percurso marcado por dificuldades em tornar a TV local sustentável. De acordo com um relatório produzido pelo Departamento da Cultura, Media e Desporto britânico (DCMS, 2011a), há uma multiplicidade de razões para a TV local não ter prosperado no Reino Unido: “a estrutura do mercado mediático neste país,

²¹ O Reino Unido é constituído pela Inglaterra, País de Gales, Escócia (que, em conjunto, formam a Grã-Bretanha) e Irlanda do Norte (COMISSÃO EUROPEIA).

²² População “local” no Reino Unido equivale grosso modo a “regional” em Portugal (N. Cintra Torres, 2007).

²³ O Governo britânico pretende começar a atribuir licenças de emissão no verão de 2012, chegando a 2015 com 10-20 serviços de TV local a operar na plataforma digital terrestre de sinal aberto, Freeview (DCMS, 2011a).

incluindo barreiras que previnem modelos de negócio de televisões de baixo custo, e a falta de incentivos, em termos de regulação, contra a tendência da televisão (e dos rendimentos publicitários) se tornar cada vez mais centralizada” (DCMS, 2011a, p. 12).

De acordo com a lista do Ofcom dos canais de TV digital a emitir em 2012, a paisagem da TV de proximidade no Reino Unido é atualmente composta pelos desdobramentos regionais fornecidos pela *BBC*, e pelas licenças do *Channel 3* (*ITV* na Inglaterra e no País de Gales, *STV* na Escócia, e *UTV* na Irlanda do Norte). Até Abril de 2012, existiu também um canal local a servir a região de Manchester durante 12 anos - o *Channel M* - que nos últimos dois anos sobreviveu com escassos recursos, enfrentando grandes dificuldades financeiras (The Guardian, 2012).

Por conseguinte, a situação atual das TVs locais no Reino Unido não corresponde ao que há quinze anos se idealizava para este setor. Desde 1996²⁴, o regulador Ofcom atribuiu cerca de 24 licenças *RSL* (*Restricted Service Licences*)²⁵, para o desenvolvimento de serviços de TV local dirigidos a pequenas comunidades, que até ao desligamento do sinal analógico²⁶ de televisão, serviram cidades como Belfast, Leicester, Coleraine, Derry, Limavady, Fawley, Oxford, Portsmouth, Reading e Southampton. Com a passagem ao digital, estas televisões viram as suas licenças de curta-duração expiradas e foram encerradas.

Na análise do Analysis Mason (2010), explica-se que esta fragilidade da oferta de canais locais no Reino Unido tem que ver, entre outros fatores, com a “falta de intervenção da parte de coletividades locais, a presença muito forte da rádio e imprensa locais, a fraca penetração do cabo, a regulamentação inicialmente restrita em relação ao lançamento de licenças de utilização do

²⁴ O lançamento de canais de televisão locais privados em pleno exercício só chegou ao Reino Unido na segunda metade dos anos 1990, com a lei audiovisual de 1996, que permitiu o desenvolvimento de uma nova forma de televisão local, sob o regime de *Restricted Service Licence* (RSL) (Ofcom, 2006).

²⁵ As RSLs são licenças de curta duração, que podem ser atribuídas tanto para a cobertura de uma área geográfica, como de uma instituição particular (como uma universidade) ou a propósito de um evento específico, como um festival (Ofcom, 2006).

²⁶ As licenças de curta-duração RSL, que previam o uso de sinal analógico, expiraram aquando do desligamento do sinal analógico de TV nas várias regiões do Reino Unido, entre 2008 e 2012.

recurso do espetro, e a duração muito curta destas licenças” (Analysis Mason, 2010, p. 49). É ainda de realçar o facto de os canais nacionais comerciais fornecerem desdobramentos regionais de publicidade.

I.3.2 - O papel dos *media* locais e regionais

Apesar de cerca de 90% da população do Reino Unido se concentrar em Inglaterra - na região fortemente urbanizada que se situa entre Londres e Manchester - e de o inglês ser a língua materna de quase 97% dos habitantes, o setor da comunicação social local e regional do país tem-se revelado bastante forte²⁷ (Sousa, 2002).

Os *media* locais de informação e entretenimento existem no Reino Unido desde o século XVII, quando os primeiros jornais foram criados. Durante décadas, a imprensa e sobretudo a rádio local desempenharam um importante papel no reforço da cidadania e na resposta às necessidades de consumo ao nível local. Ainda hoje, o serviço prestado pelas rádios locais, fornecido pela *BBC* e por outros operadores locais independentes, continua a ser relevante no panorama mediático e a proporcionar conteúdos de qualidade aos ouvintes, apesar de, nos últimos anos, se ter notado um declínio no *share* alcançado por estas estações. Por outro lado, o crescimento das plataformas digitais deu um novo fôlego ao desenvolvimento de conteúdos de vídeo e serviços interativos dedicados a comunidades unidas por laços geográficos (Ofcom, 2006). Em particular, a Internet permitiu o desenvolvimento de uma enorme gama de serviços *online* dedicados a estas comunidades, notando-se que a maior parte das cidades, vilas e aldeias do Reino Unido criaram o seu próprio website, e serviços como o *UK Villages*²⁸ ou o já extinto *UpMyStreet*²⁹ foram idealizados

²⁷ O setor dos *media* locais e regionais no Reino Unido inclui aproximadamente 1300 títulos de jornais locais e regionais; 350 estações de rádio locais e regionais; cerca de 15 canais regionais no âmbito das licenças *ITV/Channel 3*, com emissão de boletins de TV na Inglaterra, Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte; 15 telejornais regionais da *BBC*, 1 canal *S4C*, do País de Gales, que utiliza a frequência nacional do *Channel 4*; e milhares de sites de carácter local e regional na Internet (Ofcom, 2009).

²⁸ O website *UK Villages* (<http://www.ukvillages.co.uk/>) foi criado em 2000 e serve as comunidades nacionais e locais do Reino Unido através de um portal interativo onde estão representadas cerca de 31765 aldeias, vilas e cidades em Inglaterra, Escócia, Gales e Irlanda do Norte. O portal permite a partilha de informação e a promoção de atividades e serviços das comunidades, perante uma audiência alargada (Oxbury Assets Ltd., n.d.).

para dar acesso a notícias sobre as localidades e informação cívica. Os estudos da Ofcom assinalam o facto de as instituições locais terem vindo a explorar formas de usar a web no sentido de manterem o contacto entre os residentes, permitindo-lhes o acesso a serviços e criando novas oportunidades para as pessoas participarem democraticamente nas tomadas de decisão respeitantes às localidades (Ofcom, 2006). A corroborar estes sinais de vitalidade dos *media* locais, a investigação sugere também que os serviços locais continuam a interessar às pessoas, apesar de as mudanças tecnológicas, sociais e culturais³⁰ dos últimos 20 anos fazerem esperar uma redução do apego à localidade (Ofcom, 2006). De acordo com o estudo mais atual do Ofcom sobre os *media* locais e regionais no Reino Unido, a grande maioria dos adultos neste Estado (92%) são consumidores de algum tipo de *media* local (Ofcom, 2009). A análise, feita a partir de um inquérito quantitativo, indica ainda que 88% da população não se costuma cingir a uma única fonte de notícias locais, optando pelo consumo conjugado de vários *media*, sobretudo dos três tradicionais - jornais, rádio e televisão. Ainda assim, a televisão local e regional destaca-se como o *media* mais popular, sendo utilizado por 49% da população como principal fonte de informação de proximidade (Ver Gráfico 1) (Ofcom, 2009).

Aliás, se nos centrarmos nos conteúdos locais mais consumidos em cada meio, o estudo do Ofcom conclui que as "notícias" são o produto que mais interessa aos telespectadores, com 85% da população a afirmar ver programas informativos, seguindo-se a "meteorologia" (62%), o "desporto" (37%) e os temas ligados à "vida e comunidade" (29%) (Ofcom, 2009). Quanto à satisfação dos britânicos face a este tipo de *media*, o estudo do Ofcom realça que esta é relativamente alta, com cerca de dois terços dos utilizadores

²⁹ O *UpMyStreet*, que funcionava como um portal de informação e serviços locais, foi adquirido em Maio de 2012 pela empresa Zoopla, um website que fornece preços de casas e propriedades no Reino Unido.

³⁰ O sociólogo Manuel Castells defende que, com as tecnologias da informação e da comunicação, as sociedades se tornaram mais fragmentadas, enfraquecendo-se os laços entre os indivíduos que partilham o mesmo espaço. De acordo com o autor, estas tecnologias permitiram a existência de grupos maiores e mais dispersos de comunicação e facilitaram o desenvolvimento de serviços para comunidades de "nicho", que não são inspiradas na localização geográfica (Castells, 1996, 2002).

regulares a classificarem o seu nível de satisfação com a programação local fornecida com um "7 em 10". É de realçar ainda que, quando se fala de televisão, o grau de satisfação é ainda maior, com 81% dos inquiridos a demonstrarem-se agradados com os conteúdos regionais e locais transmitidos no pequeno ecrã.

I.3.3 - Nova geração de TVs locais com o impulso da digitalização

Com efeito, um dos principais contributos do estudo do Ofcom “*Media Regionais e Locais no Reino Unido*” (2009) é a perceção de que os *media* locais são, de facto, importantes para os cidadãos britânicos e de que estes têm tendência a sentir-se satisfeitos com os meios de comunicação de proximidade, uma razão forte para o Governo apostar novamente neste setor, encorajado pelas oportunidades que o novo ambiente digital tem proporcionado.

É neste sentido que o Executivo britânico que tomou posse em 2010 tem caminhado. Depois de estudar as opções de desenvolvimento da TV local sobre as quais poderia fazer evoluir um quadro legal e regulamentar apropriado, e de concluir que a população valoriza e confia nos *media* locais e regionais, o Governo criou o já mencionado plano de revitalização da TV local. O processo desenvolve-se em duas fases: a primeira passa por lançar serviços de TV local na TDT, podendo estes ser acompanhados por outros serviços por satélite ou cabo; a segunda pretende que a TV local seja disponibilizada através da *Internet Protocol Television* (IPTV), o que poderá levar a TV local a todo o Reino Unido (DCMS, 2011a).

Neste âmbito, em meados de Maio de 2012, o Ofcom convidou os operadores de televisão a candidatar-se às licenças de execução de serviços de TV local em 21 cidades e vilas britânicas, pretendendo que as primeiras estações a ser licenciadas “vão para o ar” em 2013, a transmitir, no mínimo, uma hora de programação por dia.

O regulador dos *media* abriu ainda a candidatura a uma licença de 12 anos para a gestão do multiplex da TV local, que será usado pelos operadores dos serviços nestas 21 localidades.

Num comunicado de imprensa divulgado no dia 10 de Maio de 2012 (Ofcom, 2012), o Ofcom revelou que as 21 licenças iniciais para a execução de serviços de TV local dizem respeito às localidades de Belfast, Birmingham, Brighton & Hove, Bristol, Cardiff, Edimburgo, Glasgow, Grimsby, Leeds, Liverpool, Londres, Manchester, Newcastle, Norwich, Nottingham, Oxford, Plymouth, Preston, Sheffield, Southampton e Swansea. O comunicado explica ainda que as condições exigidas pelo Ofcom aos requerentes das licenças incluem a capacidade de transmissão a partir de um estúdio localizado na área que estes operadores estão a servir, a conformidade com os códigos de transmissão e publicidade do Ofcom, bem como a disponibilização de legendas, tradução em lingual gestual e áudio descrição. Os candidatos terão ainda de comprometer-se a transmitir os tempos de antena dos partidos políticos.

A este propósito, o Ofcom escreveu: “Mais amplamente, esperamos que os serviços de TV local se envolvam no processo democrático local. O formulário da candidatura à licença convida os candidatos a considerarem especificamente os seus planos para facilitar o entendimento cívico e o debate justo e bem-informado através da cobertura das notícias e atualidades locais” (Ofcom, 2012). Do mesmo modo, o Ministro da Cultura, Jeremy Hunt, prometeu também que a TV local não servirá “apenas para criar postos de trabalho, mas também para fornecer notícias e conteúdos relevantes para o quotidiano das comunidades”(DCMS, 2012).

O serviço da nova rede de TVs locais vai ser disponibilizado para todos os telespetadores de TDT e pode também ser oferecido via satélite, cabo e *online*. Espera-se que a programação seja composta por uma mescla de conteúdos locais, programas nacionais sindicalizados, e programas partilhados de diferentes regiões (Lane, 2012). A este respeito, o canal de serviço público *BBC* terá um papel ativo, já que ficou acordado na Resolução de 2010 sobre a Taxa de Licença deste canal, que a *BBC* vai apoiar o desenvolvimento da nova rede de TVs locais através do financiamento de infraestruturas, bem como da aquisição de conteúdos locais aos titulares das novas licenças (BBC, 2012).

I.3.4 - Dúvidas sobre viabilidade dos futuros canais locais

Com vista a desenvolver as condições necessárias para tornar a TV local uma realidade no Reino Unido, o Governo britânico apoiou-se na investigação sobre a viabilidade comercial deste setor, nomeadamente na perspetiva do economista Nicholas Shott que, num relatório realizado a pedido do Ministério da Cultura, concluiu que: “a TV local é mais viável em áreas de forte densidade populacional; a procura da audiência tem tendência a ir no sentido dos programas de informação e notícias; a TDT continua a ser um veículo significativo para atingir audiências, mas a longo prazo a IPTV pode proporcionar uma solução mais rentável para a TV local”, entre outros aspetos (Shott, 2010).

Com a televisão local a caminho do Reino Unido, as dúvidas sobre o modelo de negócio proposto pelo governo britânico têm-se multiplicado, sobretudo porque as novas estações de TV terão de alcançar a viabilidade à margem de subsídios estatais. Neste âmbito, o sucesso da TV local nos Estados Unidos da América (EUA) é muitas vezes dado como exemplo, questionando-se a capacidade do Reino Unido “imitar” o êxito norte-americano. Num artigo da *BBC News Magazine* intitulado “Could US-style local TV work in the UK?” (2011), explica-se que transportar o modelo de TV local norte-americano para a realidade britânica implicaria reverter a lógica da maioria dos canais comerciais no Reino Unido, que não encaram a produção de notícias como uma fonte de lucro primordial, mas antes como uma forma de dar “prestígio” às estações e cumprir a missão de serviço público prevista nas licenças. Isto é, defende-se que um dos principais desafios das futuras estações de TV local no Reino Unido será, à semelhança do que acontece nos EUA, conseguir que os conteúdos informativos estimulem o investimento publicitário, permitindo que também as notícias possam atrair um lucro significativo para a sustentabilidade dos canais.

A este propósito, o mesmo artigo chama a atenção para o facto do ministro Jeremy Hunt ter várias vezes questionado a ironia de uma estação de TV local resultar em Birmingham, no estado de Alabama, EUA, e não funcionar na homónima Birmingham, em West Midlands, na Inglaterra. Sobre este aspeto, o diretor de informação do canal norte-americano *ABC 33/40*

(Birmingham), Garry Kelly, destaca a importância da robustez da oferta noticiosa nestes canais. O canal *ABC 33/40* transmite sete horas de notícias em direto, todos os dias, para cerca de um milhão de pessoas em Birmingham e nos concelhos em redor. No entanto, o fator diferenciador reside sobretudo na forma de produzir estas notícias, que não se esgota na “velha” lógica “if it bleeds, it leads”, para assumir que as comunidades precisam que lhes ofereçam algo que estas ainda não tenham. Por isso, Garry Kelly defende que os rendimentos das TVs locais vão depender do seu envolvimento na comunidade, através da capacidade para fornecer notícias híper-locais, em primeira mão, mas guiando-se pelos critérios jornalísticos mais exigentes. “Quem é que se importa se estamos a filmar outro homicídio lá fora, ou outro incêndio? Temos que aprofundar. Temos que assinalar que houve cinco homicídios numa área particular da cidade, e o próximo passo é saber ‘porquê?’” (BBC News, 2011).

O artigo da *BBC News* nota ainda que, até ao presente, os telespetadores de Birmingham, em West Midlands, e do resto do Reino Unido têm contado com os boletins noticiosos da *ITV* e da *BBC* a cobrir uma série de grandes cidades que, apesar de geograficamente próximas, podem ter pouco em comum culturalmente. Do ponto de vista de Debra Davis, diretora da *City TV Broadcasting*, candidata a uma licença de TV local para a área de Birmingham, as mudanças na tecnologia vão permitir a produção de programas de alta qualidade, evitando o aspeto “amador” dos antigos canais locais. “Não vamos ser capazes de produzir séries como ‘Downton Abbey’ ou o ‘X Factor’, mas vamos produzir programação local de boa qualidade”(BBC News, 2011). Ainda assim, Debra Davis rejeita a hipótese de copiar o estilo das TVs afiliadas dos EUA, explicando que a nova estação vai incluir as notícias “híper-locais” ao estilo da *ABC 33/40*, mas a sua abordagem identificar-se-á mais com a lógica de televisões como a *Toronto City TV*, que dá grande ênfase à música, arte e ‘lifestyle’ na sua programação.

Em suma, o desenvolvimento da TV local no Reino Unido está a ultrapassar um momento crucial, com a abertura da possibilidade dos canais locais estarem presentes na plataforma “Freeview” a constituir um fator determinante para a viabilidade da TV local naquele país e, sobretudo, a prover os cidadãos britânicos de um meio que responda à sua inquestionável

demanda de informação local e lhes permita, não só ter acesso às notícias e à política locais, como também partilhar o que estes encontram de melhor nas suas localidades.

CAPÍTULO II

TELEVISÃO LOCAL E REGIONAL EM PORTUGAL

A televisão local e regional em Portugal conta, no seu histórico, com poucos avanços, que resultaram também em poucos, mas decisivos, recuos e levam a que esta seja chamada “televisão adiada” (Mota, 2005).

De acordo com Coelho (2005), os sucessivos governos portugueses, liderados alternadamente pelo Partido Socialista e pelo Partido Social Democrata, nunca criaram condições políticas para o desenvolvimento das televisões regionais em Portugal. “Ambos têm enaltecido as potencialidades do modelo quando as contingências políticas os colocam na oposição, mas ambos excluíram a televisão de proximidade da lista das prioridades políticas no momento de exercer o poder” (Coelho, 2005). Em Portugal, à semelhança do que aconteceu no resto da Europa, os primeiros canais de televisão regional apareceram pela mão do serviço público. No entanto, como explica Mota (2005), enquanto Portugal se ficou por esta primeira fase de descentralização da televisão, na restante Europa os canais continuaram a desenvolver-se e a extravasar o modelo do desdobramento regional dos canais nacionais públicos. De facto, a descentralização da RTP, iniciada em Março de 1997 pelo governo socialista, com o lançamento das emissões de informação regional baseadas em sete centros regionais³¹ (Grande Lisboa, Grande Porto, Algarve, Alentejo, Coimbra, Bragança e Castelo Branco) parecia abrir caminho ao desenvolvimento da TV de proximidade em Portugal. Porém, logo em Janeiro de 2002, este trilho foi interrompido pelo governo de coligação PSD/PP, alegando questões financeiras e desprezando os benefícios sociais que poderiam chegar àquelas sete regiões do país. De acordo com Mota (2005), o conceito mais próximo que Portugal tem de televisão de proximidade, a televisão regional, tem vivido “acantonada” no serviço público, que nesta altura disponibiliza apenas as duas únicas televisões reconhecidas na Lei como regionais: RTP Açores e RTP Madeira. A autora defende ainda que a televisão regional e local nunca chegou a constar da lista de preocupações políticas dos

³¹ Os desdobramentos regionais emitiam uma programação autónoma de dez a vinte minutos diários (Mota, 2005).

sucessivos governos portugueses, ao contrário das questões respeitantes aos operadores privados e à introdução de canais temáticos, por exemplo. Com efeito, a televisão de proximidade em Portugal não alcançou sequer um enquadramento legal específico, podendo existir mas não usufruindo de leis apropriadas. Nem mesmo o despoletar de experiências de televisões “pirata”, na década de 1980, nalgumas cidades portuguesas, ou o lançamento de dois canais de vocação regional (Canal Notícias de Lisboa e NTV) na plataforma cabo, pelo maior grupo de telecomunicações em Portugal (Portugal Telecom), tiveram consequências práticas no sentido de uma maior atenção ao setor da TV de proximidade em Portugal. De acordo com Mota (2005), perante a falta de resposta do Estado ao assunto das televisões locais e regionais, “os líderes políticos apontavam a exiguidade do mercado publicitário como principal obstáculo, referindo os perigos da proliferação caótica e de erosão da qualidade da programação, como acontecera noutros países europeus onde se verificou um crescimento rápido e desordenado dos canais locais” (Mota, 2005).

Além disso, como assinala Coelho (2005), Portugal é um país de “experiências frágeis” no que toca à TV local e regional, tendo-se assistido ao nascimento e ao desaparecimento de vários projetos nesta área, a partir dos anos 1980, que na maior parte das vezes foram motivados pela maior facilidade de acesso à tecnologia e por um certo espírito aventureiro, mas não causaram verdadeira pressão social. “A falta de uma vontade política forte que associe o país às televisões de proximidade tem sido, ao longo da história, amparada pela inexistência de uma pressão social reivindicativa, por parte das comunidades regionais, de televisões próprias” (Coelho, 2005).

Atualmente, de acordo com a base de dados da União Europeia sobre as empresas e canais de televisão na Europa, em Portugal existem dois canais “regionais/locais” públicos (RTP Açores e RTP Madeira), e dois canais “regionais/locais” privados (Porto Canal e Regiões TV) (Observatório Europeu do Audiovisual, 2012).

Porém, a paisagem audiovisual portuguesa local e regional é ainda amparada por dezenas de Web TV que, apesar de, segundo a ERC, “não integrarem o conceito de televisão” previsto na lei, apresentam-se com meios de comunicação de proximidade. Estes projetos de televisão na internet, com

variadíssimas tipologias em termos de apresentação, dimensão e audiência, representam em Portugal uma possível escapatória para o ansiado desenvolvimento do setor da televisão local e regional. De acordo com Cádima (2011), as Web TV, em particular, e os media colaborativos e participativos, no geral, podem representar uma verdadeira alternativa à televisão de proximidade em Portugal. O “boom” das Web TV, a partir de 2005, apesar de ter incluído centenas de projetos falhados, assemelha-se um sinal de que, nas circunstâncias de um acesso facilitado às tecnologias audiovisuais, há uma vontade de desenvolver projetos que cubram os acontecimentos que nos são mais próximos. Porém, como frisou Eduardo Cintra Torres depois de uma viagem pela internet em busca de televisão, o campo da Web TV em Portugal está subaproveitado, sobressaindo a urgência de ordenar e qualificar os projetos que vão surgindo. “Os ecrãs apresentam janelas que não abrem: os serviços não existem. A interatividade com os internautas é apregoada mas nula. Faltam conteúdos e dinamismo. Em vários há uma quase total e perigosa mistura de publicidade e informação: se é a isto que chamam ‘jornalismo dos cidadãos’ então vou ali e já venho” (Cintra Torres *apud* Cádima, 2011).

Por conseguinte, Portugal não foi exceção no movimento de descentralização das televisões que se deu em toda a Europa, a partir dos anos 1970, e resultou num variado leque de modelos e formatos de televisão de proximidade a diversificar ainda mais os sistemas de televisão em todo o continente. No entanto, a falta de interesse dos vários governos que passaram pelo Poder barrou o verdadeiro avanço do setor da televisão local e regional em Portugal e continua a sustentar a operacionalização do conceito de televisão de proximidade no país. Nas circunstâncias de uma crise económica e sob o peso da tradição de um sistema de televisão centralizado, surgem como janelas de oportunidade a implementação da TDT em Portugal, com a alteração das regras do jogo no que toca à escassez de frequências, bem como o contexto de convergência tecnológica entre a TV e a Web, e a abertura que este traz no que toca ao aparecimento de novas lógicas de consumo e produção de televisão.

CAPÍTULO III

INQUÉRITO *ONLINE* SOBRE USOS E PREFERÊNCIAS RELATIVAMENTE À TV LOCAL E REGIONAL EM PORTUGAL

III.1 - Objetivos, desenvolvimento do instrumento e limitações

O inquérito *online* realizado no âmbito deste trabalho teve como principal objetivo compreender as atitudes e preferências de um conjunto diversificado de portugueses face aos media de proximidade, explorando que conteúdos e serviços procuram os indivíduos num canal de televisão de uma localidade ou região, e anotando as suas críticas em relação à atual oferta neste setor.

O questionário, ao qual responderam 225 indivíduos, baseou-se em 20 perguntas: 4 delas de caracterização, sendo as restantes direcionadas para o tema em estudo. O inquérito foi construído através do site especializado em desenvolvimento de questionários “Survey Monkey” e a recolha de dados realizou-se entre 7 e 27 de Agosto de 2012, tendo a coleta de respostas sido feita através do email e das redes sociais, sobretudo o Facebook.

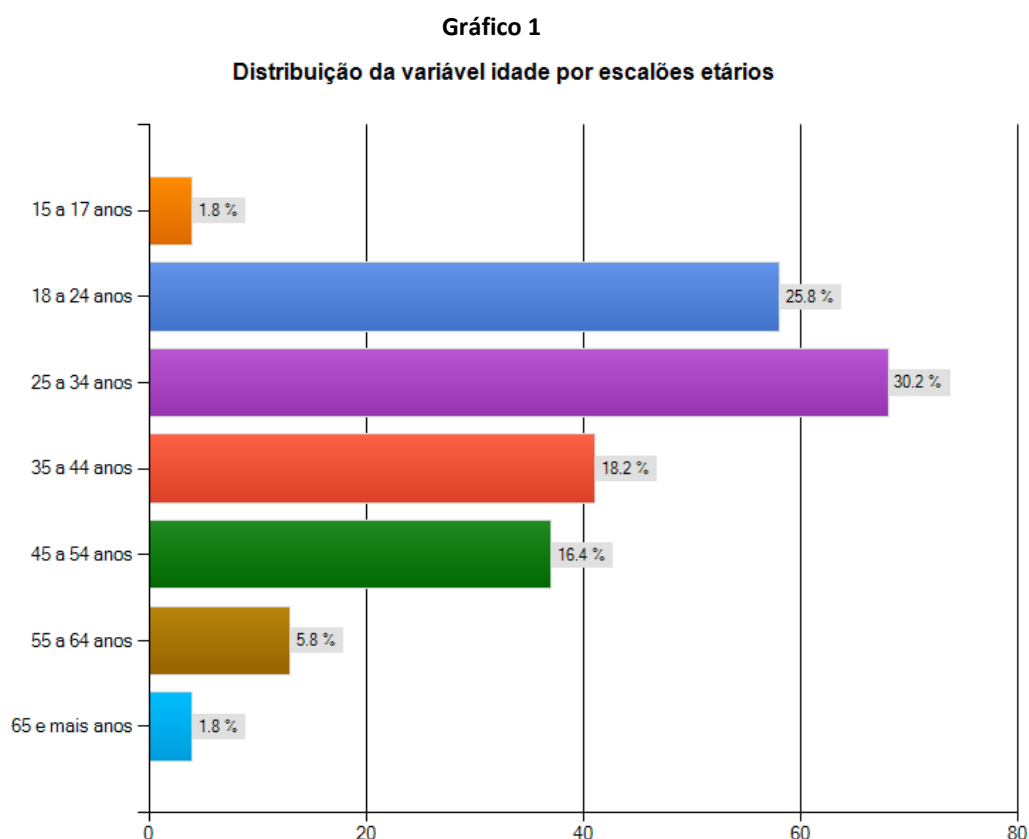
De acordo com Archer (2003), apesar do desenvolvimento de inquéritos *online* ser cada vez mais facilitado e vantajoso em termos de custos, tempo e facilidade de análise dos dados, estes instrumentos continuam a apresentar algumas limitações, o que no contexto da realização desta tese não foi exceção. Com efeito, a principal limitação dos inquéritos *online* é o facto de a população respondente ser limitada aos indivíduos com internet, notando-se neste caso que o inquérito chegou mais facilmente às populações nas faixas etárias mais jovens, e com um nível de escolaridade superior. Na verdade, a dificuldade em atingir indivíduos de uma faixa etária mais elevada, não tão sofisticada tecnologicamente, foi a principal limitação deste inquérito. Para além disso, o método de coleta de respostas, através do email e das redes sociais, também não permitiu uma amostra completamente homogénea em termos de género e distribuição geográfica dos inquiridos.

Ainda assim, este inquérito pretende ser exploratório e, mais do que alcançar resultados representativos da população portuguesa, conhecer as tendências e considerações de alguns portugueses face à televisão de

proximidade, para daí retirar pistas sobre, por exemplo, as características mais valorizadas na programação de um canal de televisão local ou o espaço que um destes canais poderá vir a ocupar na rotina mediática dos indivíduos.

III. 2 - Caracterização da amostra

A realização deste inquérito *online* teve por base uma amostra de 225 indivíduos portugueses, que percorreram os escalões etários desde os “15-17 anos” aos “mais de 65 anos”. A maior parte dos inquiridos pertence à faixa etária dos 25 aos 34 anos (30,2%), seguidos do grupo entre os 18 e os 24 anos (25,8%), os indivíduos entre os 35 e os 44 anos (18,2%), a faixa etária dos 45 aos 54 anos (16,4%), o grupo dos 55 a 64 anos (5,8%) e, finalmente, os grupos nas faixas etárias dos 15-17 anos, e mais de 65 anos, cada um deles com a percentagem de 1,8%.



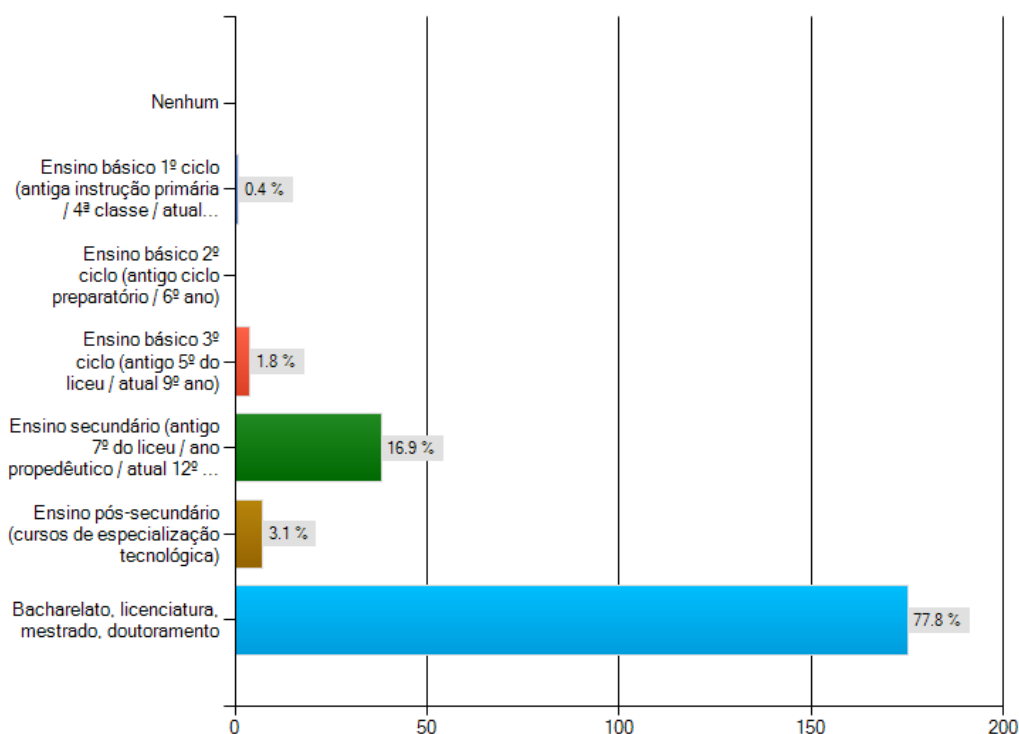
Entre os 225 indivíduos inquiridos, 58,7% eram do sexo feminino, e 41,3% do sexo masculino.

No que respeita à distribuição geográfica, a maior parte dos inquiridos pertencem à zona de Lisboa e Vale do Tejo (48%), seguidos dos indivíduos que habitam o Centro do país (45,3%), os indivíduos do Norte (2,7%), do Algarve (1,3%), do Alentejo (0,9%) e da Região Autónoma dos Açores (0,4%), havendo também respostas de portugueses emigrantes (1,7%), em países como a Suíça ou os Estados Unidos da América.

Quanto ao grau de instrução dos inquiridos, 77,8% afirmou possuir como nível de ensino o “Bacharelato, licenciatura, mestrado, doutoramento”, enquanto 16,9% completou o “Ensino Secundário”, 3,1% terminou o “Ensino pós-secundário”, 1,8% possui o “Ensino básico 3º ciclo” e 0,4% possui o “Ensino básico 1º ciclo”.

Gráfico 2

Qual o nível de ensino completo que possui?



Em seguida, serão apresentados os principais resultados deste inquérito.

III. 3 - Resultados gerais do inquérito

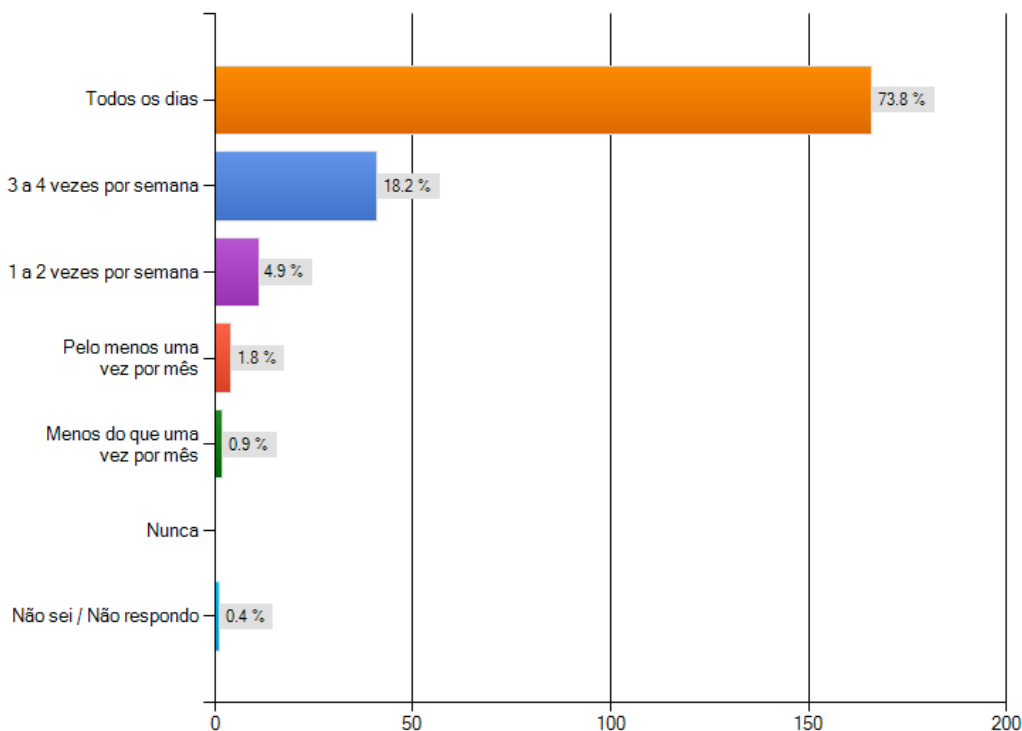
III. 3.1 - Hábitos de consumo de televisão e internet

O inquérito “Usos e preferências relativamente à TV local e regional em Portugal” foi desenhado de forma a recolher informações sobre o consumo e as preferências dos indivíduos relativamente à televisão local e regional, de forma progressiva, colocando-se uma série de questões introdutórias com o fim de apurar aspetos como o tempo dedicado à atividade de ver televisão, ou aceder à internet diariamente, bem como a posse ou não de um serviço de televisão por subscrição.

Neste sentido, verificou-se que a grande maioria dos inquiridos (73,8%) afirma ver televisão todos os dias, seguidos do grupo que vê televisão três a quatro vezes por semana (18,2%). Houve também quem respondesse ver televisão uma a duas vezes por semana (4,9%), pelo menos uma vez por mês (1,8%) ou menos do que uma vez por mês (0,9%).

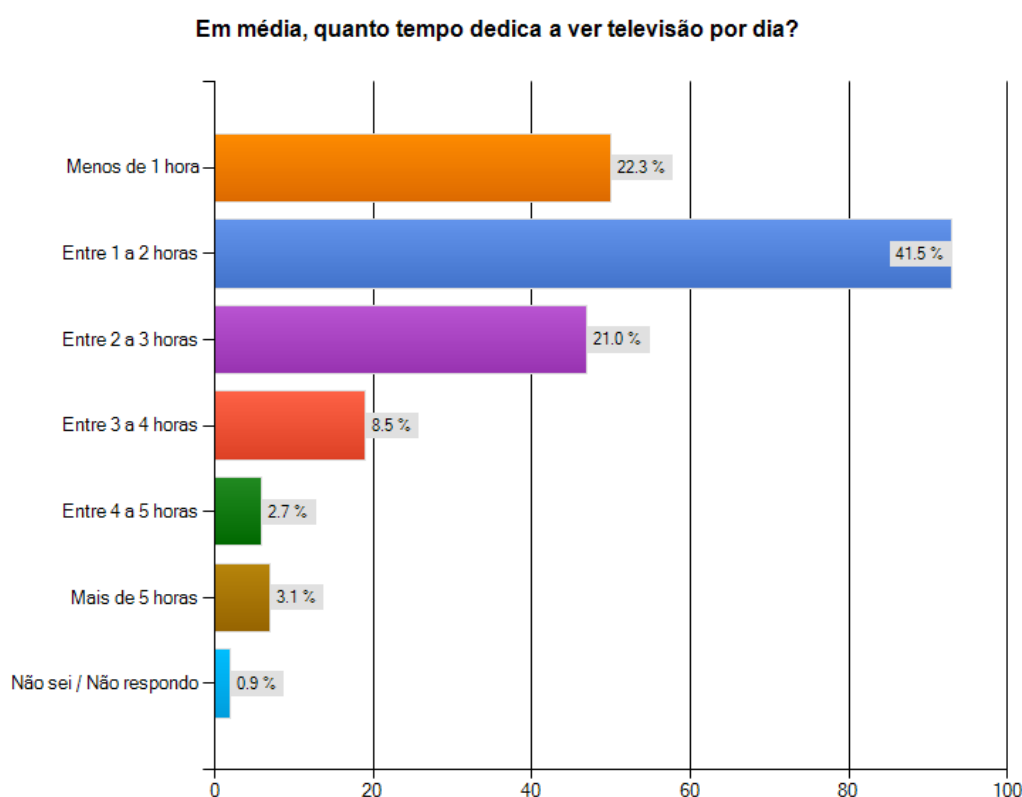
Gráfico 3

Vê televisão?



No que concerne ao número de horas despendido a ver televisão diariamente, 41,5% dos inquiridos responderam ver entre uma a duas horas de televisão por dia, seguidos daqueles que afirmam ver menos de uma hora de TV todos os dias (22,3%), e os que passam entre duas a três horas em frente ao ecrã (21,0%). Mais distanciados, estão os grupos de inquiridos que afirmam assistir entre três a quatro horas de TV por dia (8,5%), os que consomem mais de cinco horas de televisão diariamente (3,1%) ou os que situam a sua experiência nas quatro/cinco horas de TV por dia.

Gráfico 4

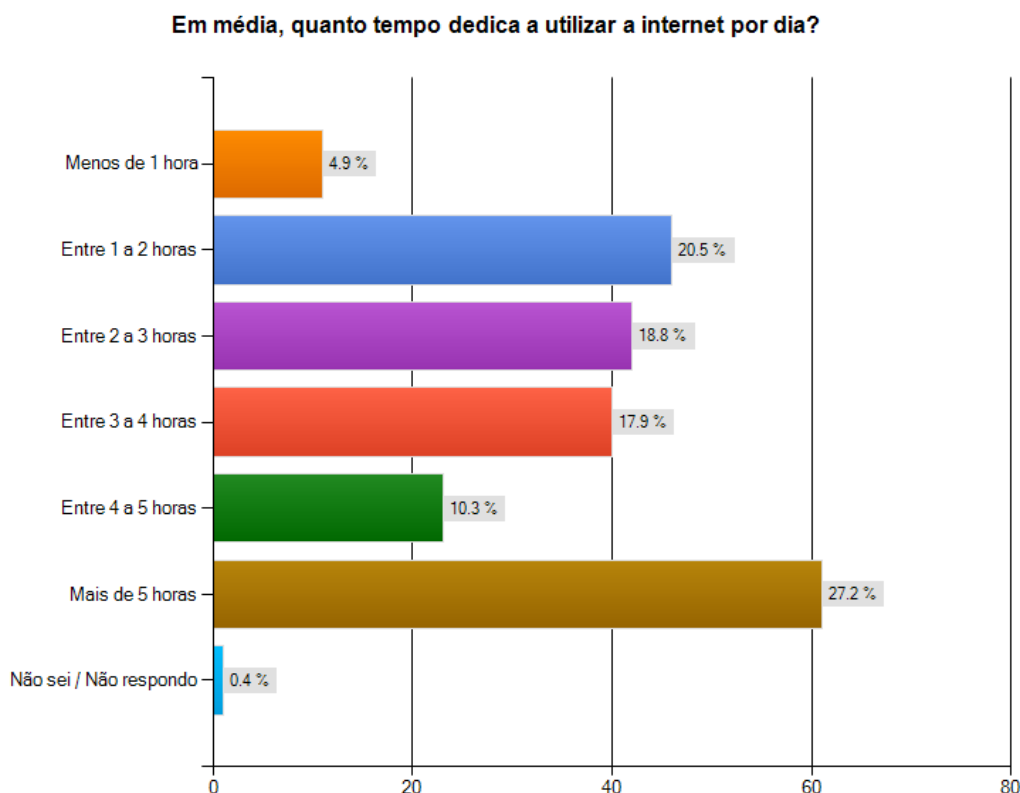


No que toca à posse de um serviço de televisão paga, a esmagadora maioria dos inquiridos (91,5%) responderam ter um serviço de TV por subscrição.

Os inquiridos foram ainda questionados acerca dos seus hábitos de consumo de internet, sobressaindo os indivíduos que utilizam este media todos os dias (96,0%), seguido dos que o utilizam três a quatro vezes por semana (3,6%). Em média, a maior parte dos respondentes (27,2%) assumiram utilizar a internet mais de cinco horas por dia, 20,5% utilizam entre uma a duas horas

por dia, 18,8% estão *online* entre duas a três horas, 17,9% entre três a quatro horas, 10,3% entre quatro a cinco horas, e 0,4% não responderam.

Gráfico 5



Num contexto em que os novos media vieram abrir portas a uma vasta gama de opções no que respeita às plataformas e conteúdos para televisão, tornando-se evidente que o consumo mediático se faz, cada vez mais, em qualquer lugar e a qualquer momento (Taneja, Webster, Malthouse, & Ksiazek, 2012), revelou-se pertinente colocar uma questão com vista a compreender quais os suportes utilizados pelos inquiridos para ver televisão atualmente. Neste sentido, à questão “Onde costuma ver programas de televisão, vídeos ou filmes?”, os inquiridos responderam maioritariamente “no ecrã do televisor” (85,8%), notando-se também o peso do computador como suporte para o acesso a conteúdos audiovisuais, com 44,0% dos respondentes a apontarem o ecrã do computador como meio para assistir a programas de TV ou assistir a filmes. O ecrã do telemóvel alcançou uma percentagem de 4,4%, sendo os indivíduos abaixo dos 35 anos, os únicos a utilizar esta meio para aceder a conteúdos audiovisuais.

III. 3.2 - Usos e preferências relativamente à TV local e regional

III. 3.2.1 - Audiência, satisfação e concepções sobre a TV de proximidade

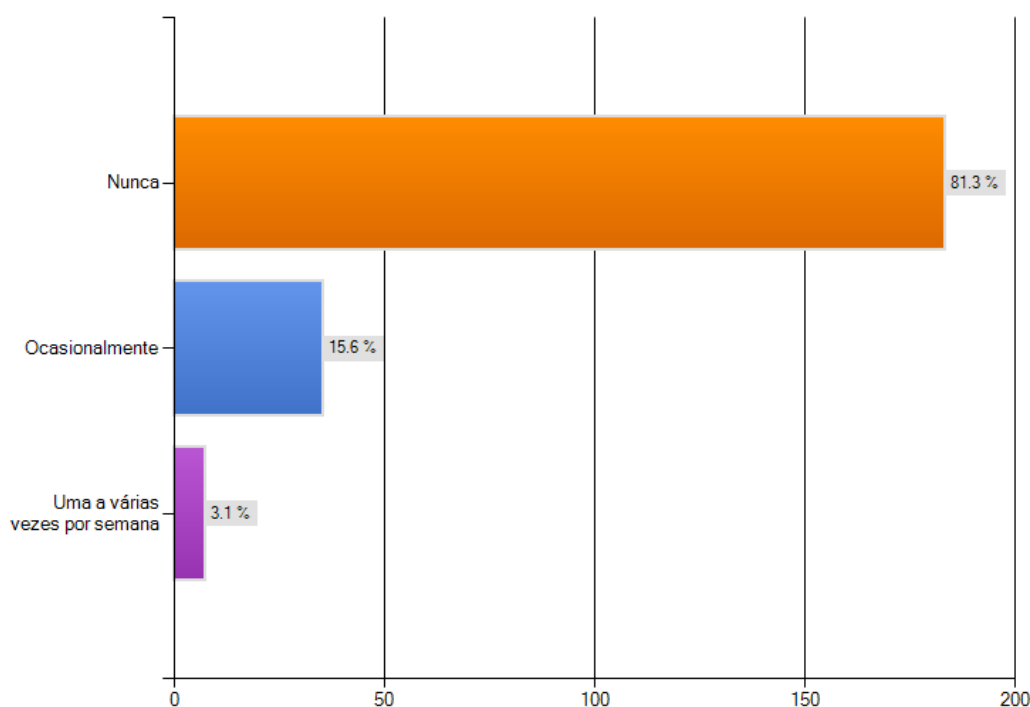
A discussão em torno das dinâmicas entre o global e o local leva a crer que os meios de comunicação social de proximidade podem funcionar como espaços de “resistência”, integrando-se mesmo na lógica romântica que considera o local “refúgio” do processo de desterritorialização e perda de identidade que é a globalização. De acordo com Coelho (2005), apesar de não ser possível atribuir ao local uma dimensão *refundadora* do Espaço Público, é certo que, à medida que o mundo se vai tornando uno, a proximidade conquista um peso significativo, saindo reforçada a importância de um “recurso” local que não se feche sobre si próprio, mas antes favoreça a reflexão das identidades locais sem consensos e visões romantizadas das diversas realidades (Coelho, 2005). Neste sentido, será útil tentar compreender se os portugueses realmente desejam poder fazer parte desses espaços de resistência, que lhes poderão propor um pacto de proximidade (Coelho, 2005), isto é, um compromisso no que toca à defesa das regiões e das gentes, com os olhos postos no desenvolvimento.

Os dados recolhidos no inquérito *online* sobre os usos e preferências relativamente à TV local e regional em Portugal são expressivos no que toca ao impacto das televisões de proximidade no quotidiano dos inquiridos, mostrando que a grande maioria destes nunca vê um canal de televisão local ou regional português, seja no televisor ou na internet. Assim, à questão “Vê algum canal de televisão local ou regional? (ex: televisão de uma cidade, vila, aldeia ou região), 81,3% dos inquiridos responderam “nunca”, seguidos dos que afirmaram ver TV local/regional “ocasionalmente” (15,6%) e dos que o fazem “uma a várias vezes por semana” (3,1%). Entre as respostas dos inquiridos que veem TV local/regional e mencionaram os canais a que assistem, a estação mais referida foi o Porto Canal (com 19 referências), seguido da Localvisão (com 2 referências) e do Coimbra Canal³².

³² A Localvisão e o Coimbra Canal são WebTVs mas emitem através do serviço MEO Kanal.

Gráfico 6

Vê algum canal de televisão local ou regional? (ex: televisão de uma cidade, vila, aldeia ou região)

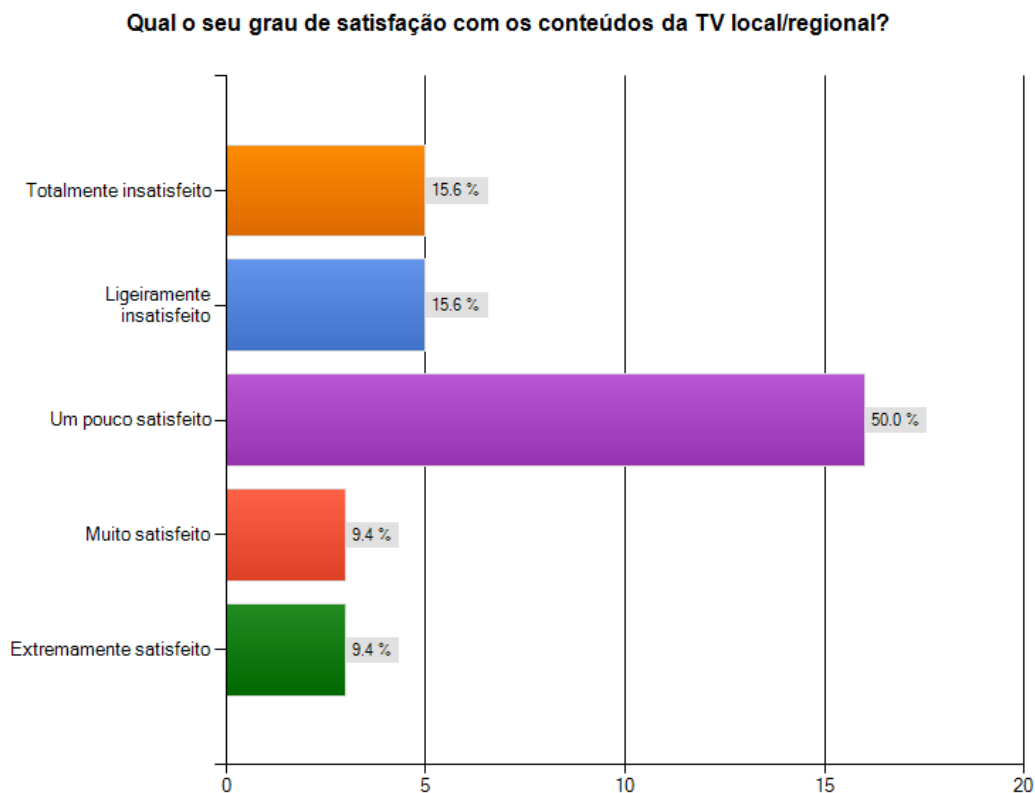


Com efeito, a percentagem de inquiridos que assistem a um canal de TV local/regional na internet é ainda menor do que a que o faz no televisor. Quando questionados sobre se veem algum canal de TV local/regional na internet, 85,8% dos inquiridos responderam “nunca”, seguidos dos que disseram ver ocasionalmente canais locais na internet (12,0%), e dos que assistem a estas emissões uma a várias vezes por semana (2,2%). Quanto às WebTVs mais mencionadas pelos inquiridos, a emissão *online* do Porto Canal é a mais citada (com 5 referências), seguida da TV Amadora (com 4 referências). Foram também mencionadas as WebTVs da Localvisão, NazaréTV, MontijoTV, TV Caldas, TV Regiões, Corvo TV, e a emissão em *streaming* da RTP Açores.

No que se refere aos indivíduos que afirmaram ver televisão local/regional “ocasionalmente” ou “uma a várias vezes por semana”, a maioria afirmou estar “um pouco satisfeito” com os conteúdos dos canais de proximidade, seja no formato tradicional ou na internet. Ainda assim, 31,2% dos inquiridos demonstraram-se “ligeiramente insatisfeitos” ou mesmo “totalmente

insatisfeitos” com a oferta das televisões locais/regionais em Portugal, face aos 18,8% que assumiram estar “muito satisfeitos” e até “extremamente satisfeitos” com os conteúdos destas televisões.

Gráfico 7



Questionados sobre as razões que os levam a estar insatisfeitos com os canais locais/regionais portugueses, alguns inquiridos apontaram críticas, sobretudo ligadas à falta de qualidade dos conteúdos oferecidos. São elas: a cobertura insuficiente “dos assuntos dos concelhos” e da “cultura popular”; “a programação não chamativa” dos canais; o facto de estes serem “pouco desenvolvidos” e “necessitarem de mais investimento”; a “fraca qualidade dos sites” das WebTVs; o subaproveitamento das condições atuais para melhorar os conteúdos; a existência de “demasiados lobbies instaurados” e alguma “falta de ‘know-how’ na produção de conteúdos”; a falta de interesse e qualidade dos conteúdos, e o “acesso confuso” aos mesmos na internet; as falhas na atualização e a “pouca relevância dos programas”.

No que toca aos inquiridos que se demonstraram satisfeitos com a oferta das televisões locais/regionais portuguesas, as razões que sobressaíram estão

ligadas à proximidade dos conteúdos transmitidos. Entre as vantagens referidas pelos respondentes contam-se aspetos como: a satisfação em “poder conhecer um pouco mais a cidade (...) e as suas problemáticas”; os programas “interessantes”, que despertam a “curiosidade”; o “conteúdo específico sobre a localidade, que não passa nos canais nacionais”; a abordagem “positiva” dos assuntos da localidade ou da região; e a “proximidade” dos conteúdos exibidos.

As últimas questões do inquérito focaram-se na perspetiva dos inquiridos acerca de algumas afirmações ligadas ao tema do desenvolvimento das televisões de proximidade. Assim, através da utilização de uma escala de Likert que varia de “concordo totalmente” a “discordo totalmente”, os inquiridos foram questionados sobre o seu grau de concordância em relação a algumas afirmações sobre o tema, de forma a aferir as suas posições acerca de aspetos como a utilidade e relevância da existência de televisões de proximidade.

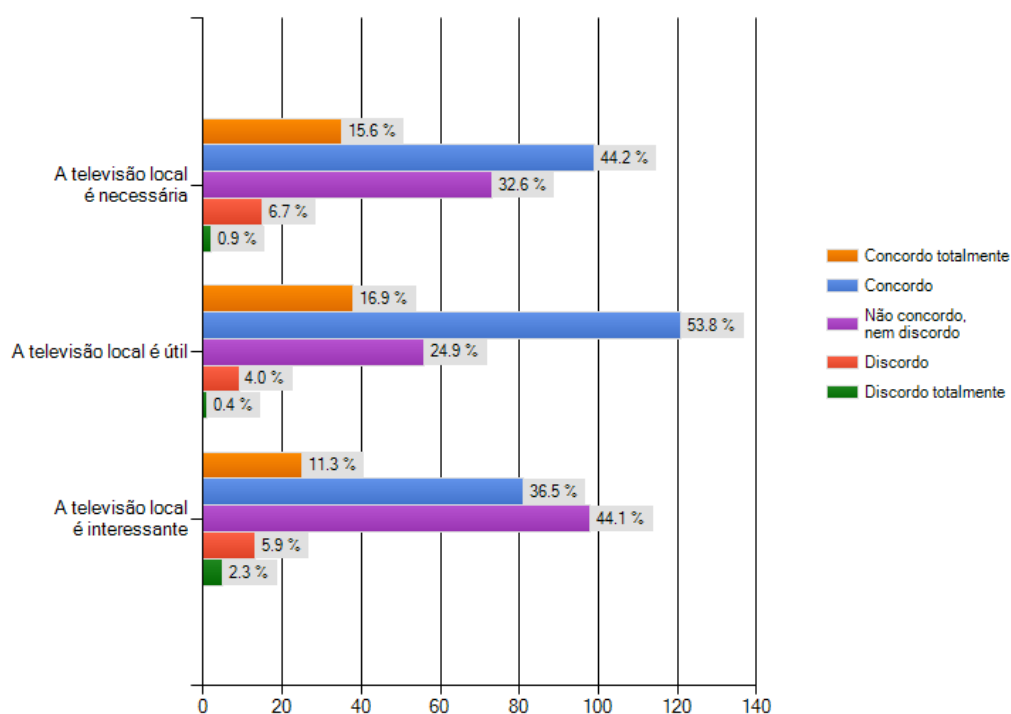
Com base nos resultados obtidos, é possível concluir que a televisão local em Portugal é considerada necessária e útil pelos inquiridos. Perante a afirmação “A televisão local é necessária”, os inquiridos responderam com um maioritário “concordo” (44,2%), seguidos dos que se posicionaram como não concordando nem discordando (32,6%). Uma percentagem de 15,6% disse “concordar completamente” desta afirmação. Apesar de poucos, houve também inquiridos a discordar (6,7%) e a discordar completamente (0,9%) da frase.

Do mesmo modo, a afirmação “A televisão local é útil” despertou algum consenso na população analisada, sobressaindo novamente a concordância com a afirmação (53,8%), seguida da posição mais imparcial “não concordo, nem discordo” (24,9%). A percentagem de inquiridos a “concordar completamente” com esta afirmação foi de 16,9%, notando-se assim 70,3% de concordância com a asserção, contra apenas 4,4% de discordância.

Por outro lado, no que toca à afirmação “a televisão local é interessante”, além dos 44,1% de inquiridos que não se posicionaram acerca deste aspeto, um grupo significativo de respondentes (47,8%) demonstrou-se de acordo com este argumento, contra uma percentagem total de 8,2% inquiridos que não consideram a televisão local interessante.

Gráfico 8

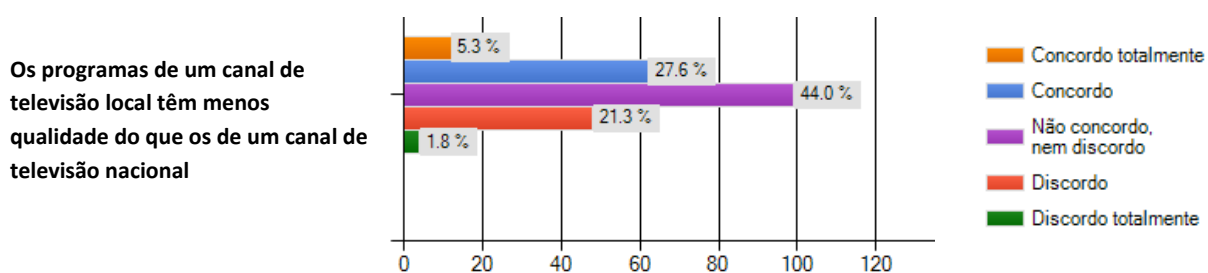
Por favor, indique o seu grau de concordância ou discordância em relação a estas afirmações:



Quanto à comparação entre a qualidade dos conteúdos de um canal de televisão local, em relação aos dos canais de extensão nacional, não é surpreendente que os inquiridos não tenham expressado posições fortes relativamente ao tópico, já que a maior parte dos respondentes não vê regularmente canais de TV local/regional. Assim, face à afirmação “os programas de um canal de televisão local têm menos qualidade do que os de um canal de televisão nacional”, a maioria dos inquiridos (44,1%) optou por não concordar nem discordar. Ainda assim, foram mais os indivíduos que concordaram que os canais locais têm menos qualidade face aos canais nacionais (27,6%) do que os que discordaram (21,3%).

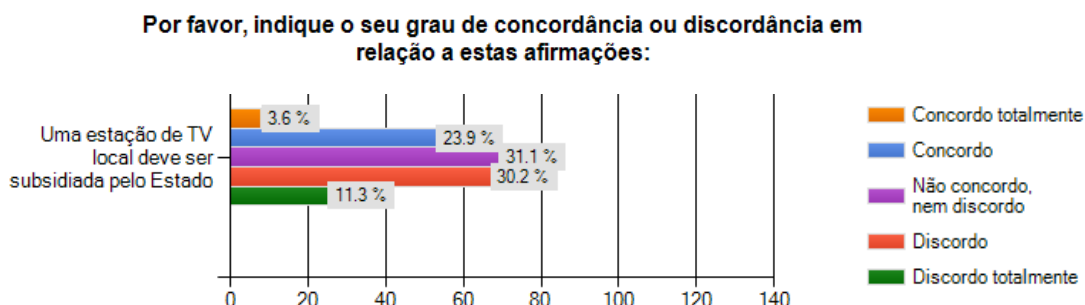
Gráfico 9

Por favor, indique o seu grau de concordância ou discordância em relação a estas afirmações:



Sabendo que a subsidiação de canais de televisão locais e regionais por parte do Estado é uma das questões mais controversas ligadas a este tema, quis-se também apurar a opinião dos inquiridos sobre o assunto, sobressaindo novamente o grupo que afirmou não concordar nem discordar (31,1%). No entanto, para lá dos indivíduos que não assumiram posição, destacaram-se os que “discordam” (30,2%) ou “discordam totalmente” (11,3%) desta opção. No total, o número de indivíduos que discordam da subsidiação da televisão local/regional por parte do Estado forma uma percentagem de 41,5%, contra 27,5% de concordantes.

Gráfico 10



O inquérito permitiu ainda perceber que os inquiridos têm tendência a preferir ter canais internacionais na Televisão Digital Terrestre (TDT) do que canais locais (35,4% de concordância, contra 30,2% de discordância, e 34,4% de “não concordo, nem discordo”), e claramente preferem os canais temáticos aos canais locais e regionais (47,1% de concordância, contra 15,2% de discordância, e 37,7% de “não concordo, nem discordo”).

Gráfico 11

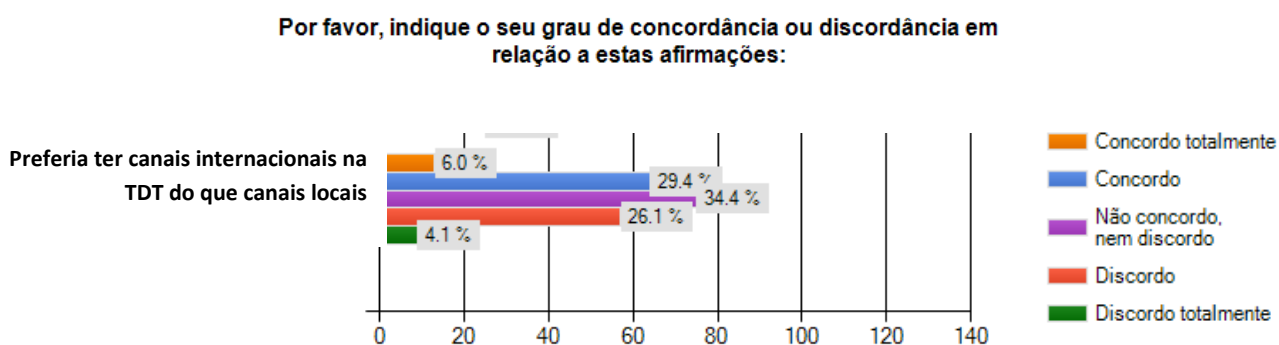
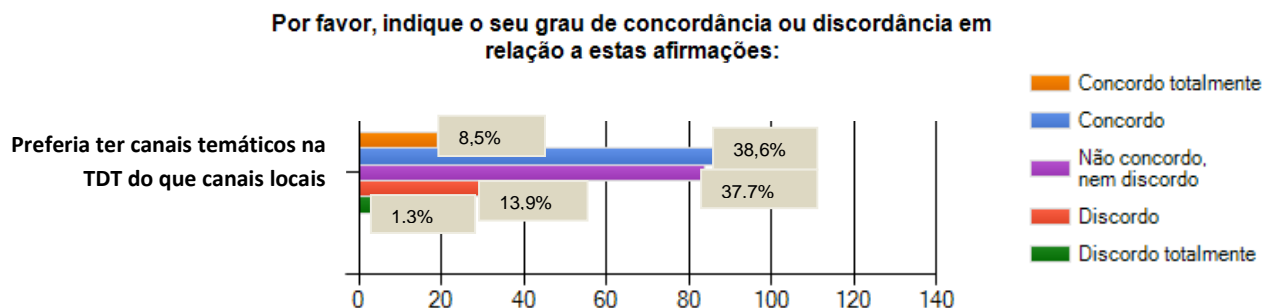
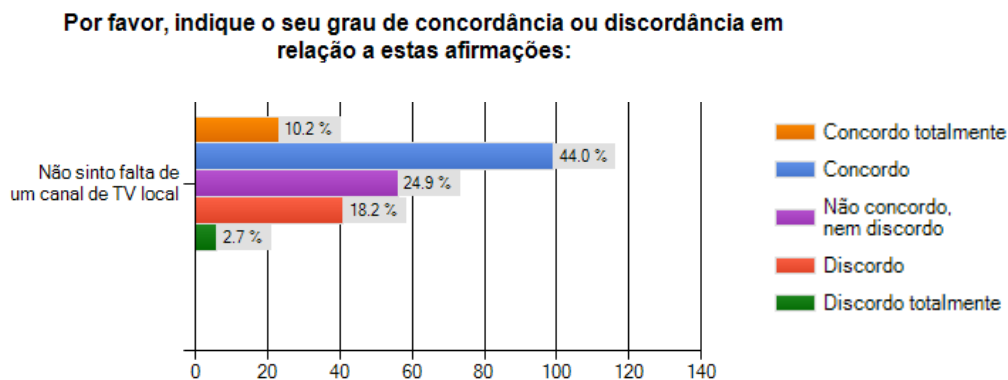


Gráfico 12



A preferência por canais internacionais e/ou temáticos na plataforma “free-to-air” em vez de canais locais/regionais é um dos sinais da falta de interesse dos inquiridos na oferta de televisão de proximidade. Aliás, apesar de terem maioritariamente considerado a TV local/regional útil e necessária, a maior parte dos inquiridos concordaram com a afirmação “Não sinto a falta de um canal local”. Mais precisamente, 44,0% dos respondentes disseram “concordar” com esta afirmação, 10,2% disseram “concordar totalmente”, 24,9% não concordaram nem discordaram e um total de 20,9% afirmaram “discordar” ou “discordar totalmente” desta afirmação.

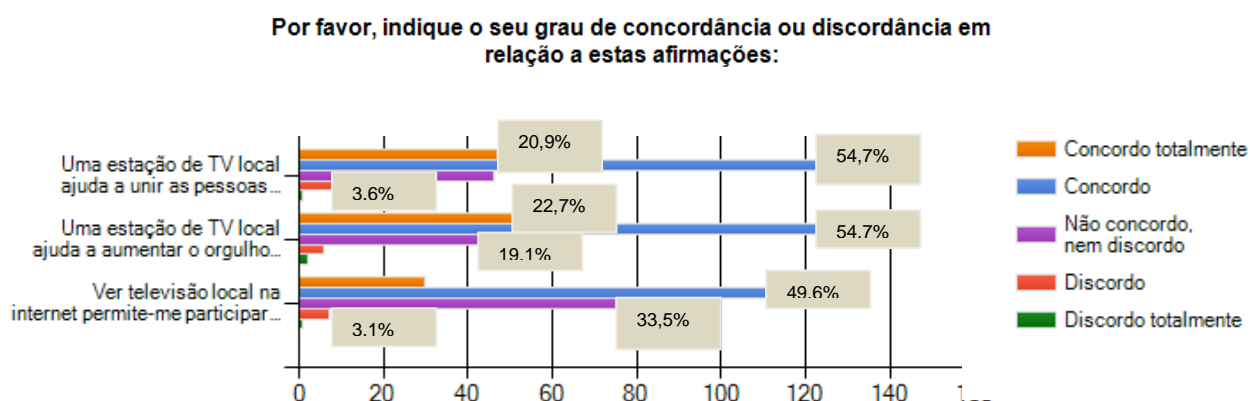
Gráfico 13



Ainda assim, os inquiridos reconhecem vantagens às televisões locais, identificando algumas das suas funções sociais. Com efeito, 54,7% dos inquiridos “concordaram” e 20,9% “concordaram totalmente” com a afirmação “uma estação de TV local ajuda a unir as pessoas de uma cidade, vila ou aldeia”, assim como 54,7% dos respondentes “concordaram” e 22,7% “concordaram totalmente” com a frase “uma estação de TV local ajuda a aumentar o orgulho numa cidade, vila ou aldeia”. Para além disso, no que toca especificamente à experiência de ver televisão local na web, 49,6% dos

inquiridos “concordaram” e 13,4% “concordaram totalmente” com a afirmação “ver televisão local na internet permite-me participar na discussão dos assuntos locais”.

Gráfico 14



A afirmação “uma estação de TV local deve criar oportunidades de emprego” foi também colocada em avaliação, tendo sido o argumento em que o total dos inquiridos foi mais consensual: 64,9% dos respondentes “concordaram” com a afirmação e 26,2% “concordaram totalmente”, contra 7,6% de inquiridos que não concordaram nem discordaram da afirmação e 1,3% que se opõem à ideia.

Os dados recolhidos permitiram ainda concluir que os inquiridos preferem a televisão à internet para assistir a um canal de TV local. Em relação à frase “preferia ver um canal local no televisor do que na internet”, 45,0% dos inquiridos responderam “concordar”, 16,2% disseram “concordar totalmente”, 29,3% não concordaram nem discordaram, enquanto 6,8% discordaram e 2,7% discordaram totalmente da afirmação. Este aspeto foi igualmente visível a propósito da questão “Com que regularidade acha que poderia sintonizar uma estação de TV local?”. Em relação ao suporte do televisor tradicional, a resposta mais frequente foi “todos os dias” (27,6%), enquanto no que respeita à sintonização da TV local na internet, a resposta maioritária foi “não sei/não respondo” (20,4%), seguida da hipótese “menos do que uma vez por mês” (19,6%).

Gráfico 15

Com que regularidade acha que poderia sintonizar uma estação de TV local?

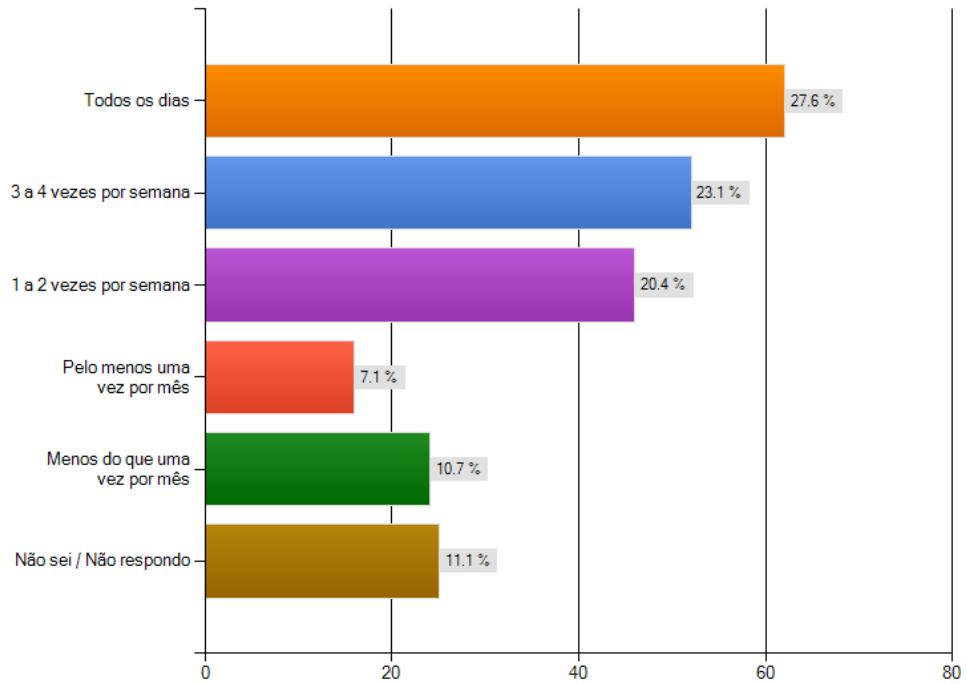
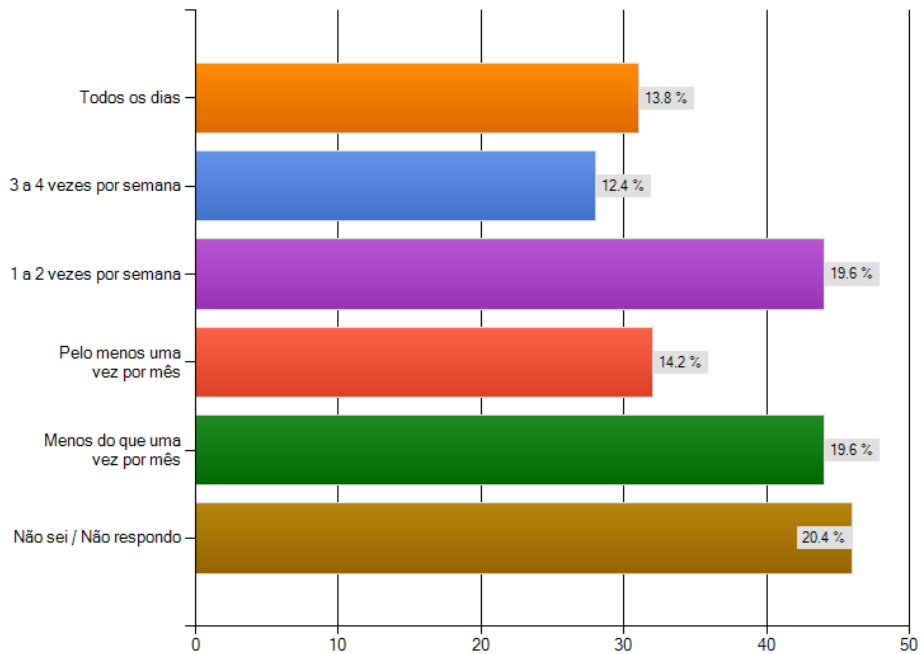


Gráfico 16

Com que regularidade acha que poderia ligar-se a uma estação de TV local na internet?



III. 3.2.2 - Conteúdos e serviços na televisão local e regional

As condições de sucesso dos modelos económicos de televisão local e regional baseiam-se em fatores como a tipologia dos canais, a sua audiência, as remunerações dos funcionários, a rentabilidade, os níveis de subsidiação, a pluralidade, a quantidade de produção própria, a qualidade e diversidade dos conteúdos (Analysis Mason, 2010). Este último fator, ligado às grelhas de programação e aos conteúdos dos canais de televisão local/regional, é um dos mais importantes, pois a ele estão intimamente associados, não só a sustentabilidade dos canais, como também aspetos da regulação destes órgãos de comunicação social e, sobretudo, o interesse, a fidelidade dos públicos e o cumprimento da função social das televisões de proximidade, com a construção de uma opinião pública crítica.

Neste sentido, revelou-se importante compreender o que pensam os inquiridos sobre os diversos conteúdos possíveis numa grelha de programação de um canal de TV local/regional, questionando-os sobre a importância de determinados tipos de programas na sua experiência televisiva. Assim, utilizando novamente uma escala de Likert, que varia de “muito importante” a “nada importante”, colocou-se a pergunta “Qual é para si a importância de cada um dos seguintes programas?”, perante categorias como “notícias locais”, “notícias regionais”, “notícias nacionais”, “meteorologia”, “programas sobre lugares de interesse na localidade e arredores”, “programas acerca da história da localidade”, entre outras.

Neste âmbito, os únicos conteúdos considerados “muito importantes” por uma maioria de inquiridos foram as notícias nacionais, com 59,2% dos respondentes a classificar a oferta de notícias à escala nacional como “muito importante”, 35,4% a considerarem-na “importante”, 4,5% a descrevê-la como “nem muito nem pouco importante” e 0,8% a optar pelas hipóteses “pouco importante” e “nada importante”.

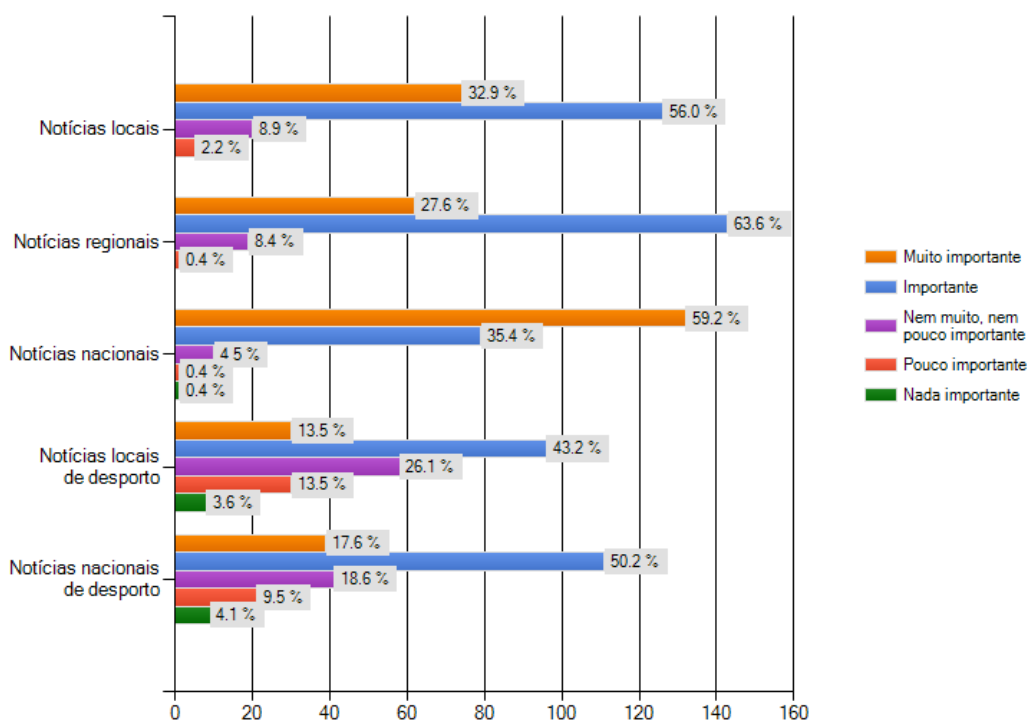
De facto, o balanço foi também positivo para as notícias locais e regionais. Estas últimas foram classificadas como “importantes” por 63,6% de inquiridos, “muito importantes” por 27,6%, “nem muito, nem pouco importantes” por 8,4% e “pouco importantes” por 0,4%, não havendo inquiridos a considerar este tipo de notícias “nada importantes”. Quanto às notícias locais, também

estas despertam o interesse dos inquiridos, sendo que apenas 2,2% dos respondentes as considerou “pouco importantes”, contra 56,0% que as considerou “importantes” e 32,9% que as considerou “muito importantes”.

Face à categoria das “notícias locais de desporto”, houve 43,2% de inquiridos a utilizar o adjetivo “importante”, seguidos dos que não consideram estas notícias “nem muito, nem pouco importantes” (26,1%). A percentagem de respondentes a considerarem estes conteúdos “muito importantes” alcança os 13,5%, valor idêntico ao do grupo que os considera “pouco importantes”. Finalmente, 3,6% da amostra considera que a oferta de notícias locais de desporto não é “nada importante”. À semelhança das notícias de desporto ligadas à localidade, a maioria dos inquiridos consideram as “notícias nacionais de desporto” “importantes” (50,2%) ou “muito importantes” (17,6%), seguidos dos que não as consideram “nem muito nem pouco importantes” (18,6%), e dos que as classificam como sendo de pouca importância (9,5%) ou nenhuma (4,1%). Ainda no que diz respeito à informação desportiva, 37,6% dos inquiridos consideraram as atualizações sobre resultados desportivos “importantes”, seguidos dos que as consideraram “nem muito, nem pouco importantes” (31,7%).

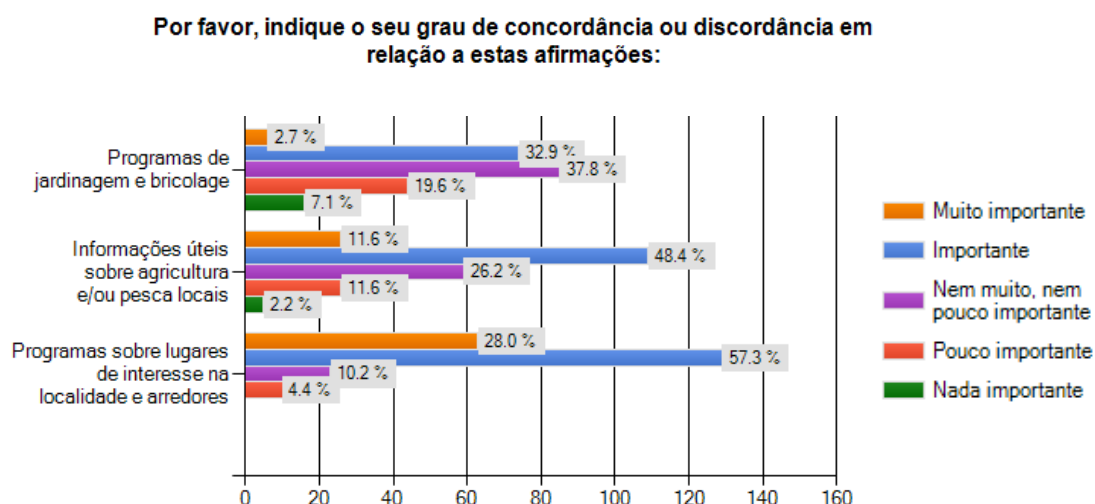
Gráfico 17

Qual é para si a importância de cada um dos seguintes tipos de programas?



Do mesmo modo, foram maioritariamente consideradas importantes: as notícias de trânsito e viagens (56,3%); a meteorologia (58,7%); os debates em direto, abertos à participação dos telespetadores (51,8%); os programas de música produzida pela população local (54,0%); os programas de culinária (39,0%); as informações úteis sobre agricultura e/ou pescas locais (48,4%); os programas sobre lugares de interesse na localidade e arredores (57,3%); os programas acerca da história da localidade (49,1%); os programas feitos por estudantes, dedicados a adolescentes e jovens adultos (53,6%); os programas infantis (51,8%) e os filmes (52,9%). Pelo contrário, os programas de jardinagem e *bricolage* foram maioritariamente considerados “nem muito, nem pouco importantes” (37,8%), e as telenovelas consideradas “nada importantes” por 30,0% dos inquiridos.

Gráfico 18



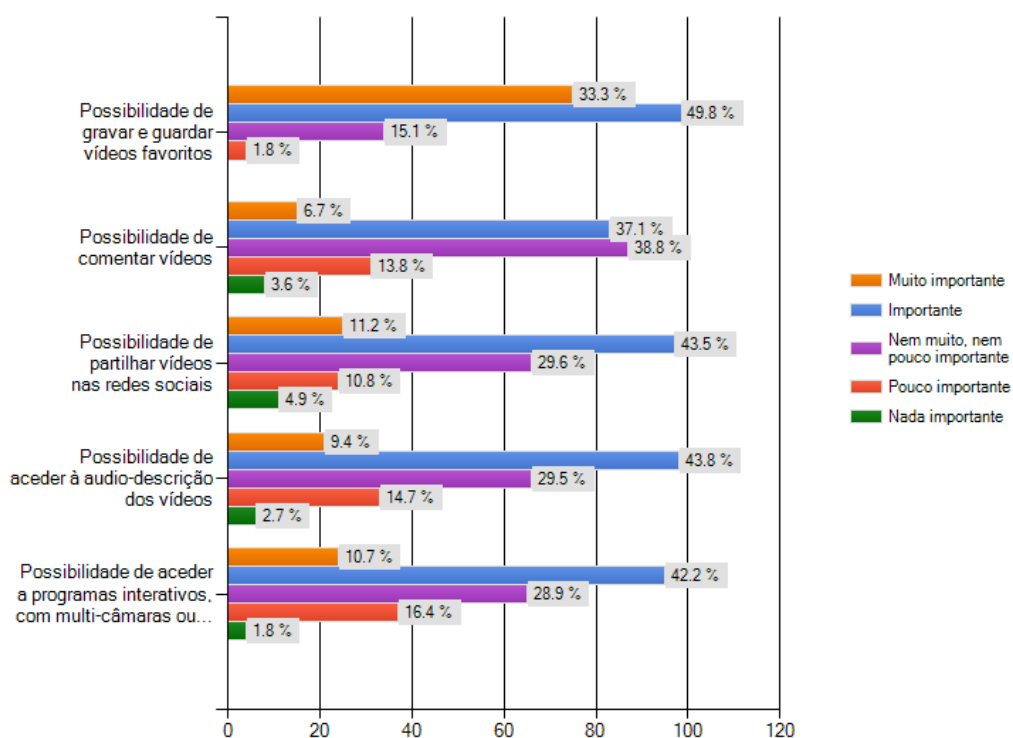
Sendo garantido que as televisões de proximidade devem adaptar-se à denominada “televisão do futuro”, diferente da atual pela sua capacidade de oferecer serviços e conteúdos a grupos específicos de utilizadores, de acordo com as suas particularidades e preferências (Sequeira, André, Quico, & Damásio, 2012), revelou-se importante compreender que serviços e processos interativos poderiam interessar aos inquiridos no âmbito da sua experiência televisiva. Neste sentido, foi colocada a questão “Qual é para si a importância de cada um dos seguintes serviços?”, em relação às categorias: “possibilidade de gravar e guardar vídeos favoritos”; “possibilidade de comentar vídeos”; “possibilidade de partilhar vídeos nas redes sociais”; “possibilidade de aceder à

áudio-descrição dos vídeos”; “possibilidade de aceder a programas interativos, com multi-câmaras ou conteúdos-extra”.

Com efeito, a possibilidade de gravar e guardar vídeos favoritos parece ser a mais relevante para os inquiridos, com 49,8% dos mesmos a considerar este serviço importante. Do mesmo modo, a possibilidade de partilhar vídeos nas redes sociais foi considerada “importante” para 43,5% dos inquiridos, apesar de a possibilidade de comentar vídeos ser “nem muito, nem pouco importante” para a maior parte da amostra (38,8%). Ainda, a possibilidade de aceder à áudio-descrição dos conteúdos audiovisuais é relevante para 43,8% dos respondentes, e a possibilidade de aceder a programas interativos, com multi-câmaras ou conteúdos extra é valorizada por 42,2% dos entrevistados.

Gráfico 19

Qual é para si a importância de cada um dos seguintes serviços?



Finalmente, os inquiridos foram convidados a comentar e/ou sugerir algo relativamente ao inquérito *online* em particular, e ao tema das televisões locais e regionais em geral, sobressaindo algumas ideias que provam a existência de opiniões muito diversas sobre este assunto. Assim, enquanto surgiram comentários a reforçar o apetite pela oferta de canais de televisão de proximidade, como “era bom que fosse criada a televisão local”, a maior parte

dos comentários espelha alguma desconfiança quanto ao desenvolvimento destes canais em Portugal, não apenas por ser um país em que o local e o regional se revê e desenvolve mais através da rádio, como também pela existência de outras prioridades no crescimento do setor audiovisual português atualmente. Por exemplo, um dos inquiridos reforçou a falta de tradição portuguesa em encarar a televisão como um media de proximidade: “O meu conhecimento das TVs regionais é relativamente reduzido. Não creio que, em Portugal, fosse de grande utilidade. Penso que, na generalidade, os portugueses, tradicionalmente, se afeiçoaram mais às rádios regionais como veículos de transmissão de informação local e de natureza utilitária. A TV local e regional tem razão de ser em países com uma diferença cultural regional de peso significativo, tal como a Espanha, França, Itália ou Alemanha, países cuja união histórica foi muito tardia, que desenvolveram durante muito tempo núcleos culturais diferenciados e fortes. Assim, reconheço quais deverão e poderão ser os objetivos primordiais de uma TV local ou regional, no entanto, o afastamento relativo a essa realidade constituiu uma dificuldade acrescida na resposta a este questionário”. Da mesma maneira, realça-se um comentário que aponta para a necessidade de melhorar outros aspetos na oferta de televisão gratuita em Portugal, mais urgentes do que a produção de conteúdos: “A Televisão Digital Terrestre deveria, antes de mais, ter maior qualidade de emissão/receção do seu sinal e só depois, quando chegar em boas condições a toda a população, se deveria apostar na diversidade de conteúdos a apresentar”. Salienta-se ainda a sugestão de um inquirido que considera existirem formas menos dispendiosas e igualmente eficazes de fazer chegar aos cidadãos a comunicação local e regional: “Existem formas menos dispendiosas de criar um meio multimédia local: presença no Facebook, site na camara ou freguesia, etc., etc.”.

Em seguida, serão apresentadas algumas conclusões sobre os resultados gerais deste inquérito.

III. 4 - Principais conclusões sobre os resultados gerais do inquérito *online*

“A globalização tem esse efeito, contraditório apenas na aparência, de fazer apelo ao próximo, ao local”

Pedro Coelho

O inquérito *online* com base numa amostra de 225 portugueses, sobre os “usos e preferências relativamente à TV local e regional em Portugal” teve como principal objetivo compreender que conteúdos e serviços procuram os indivíduos num canal de televisão da aldeia, cidade ou região, explorando as suas atitudes e preferências face aos media de proximidade, analisando as suas expectativas face à hipótese do surgimento de novas televisões locais e regionais em Portugal, e anotando as suas críticas em relação ao que tem sido produzido no setor.

As 20 questões colocadas a uma amostra que inclui desde jovens adultos a indivíduos com mais de 65 anos percorreram aspetos como o consumo de canais locais/regionais na televisão ou através da internet; o grau de satisfação dos indivíduos que têm por hábito assistir a estes canais; a opinião dos inquiridos sobre se a televisão local/regional é útil e sobre quais são as suas funções, entre outros aspetos.

III. 4.1 - Contexto do inquérito: convergência tecnológica, dividendo digital e “glocalização”

As questões colocadas no inquérito surgem no contexto de um conjunto de evoluções que tendem a alterar o próprio paradigma da televisão. A forma como as pessoas consomem conteúdos audiovisuais tem passado por enormes transformações, com a tecnologia a criar cada vez mais oportunidades para os espetadores verem os seus programas favoritos a qualquer hora e em qualquer lugar, num dispositivo à sua escolha.

Como sustenta Cádima (2011), encontramos-nos na era da pós-televisão, caracterizada por um novo tipo de consumo digital, pelo declínio da televisão generalista e por uma “híper-personalização dos novos media”. De acordo com

o autor, o final do ano de 2005 – distinto pela ação de empresas como a Apple/iTunes, a ABC, a NBC, a MTV, entre outras, a oferecer variados conteúdos *online*, como séries de televisão de sucesso - marcou o “princípio do fim da televisão” enquanto plataforma exclusiva de distribuição de programas. Com efeito, o crescimento pujante de sites como o YouTube, bem como o despontar de dezenas de WebTVs em Portugal – fenómeno recorrente em toda a Europa – provam essa tendência. Para Cádima, o caminho natural da televisão clássica é a sua transformação num “híbrido pós-televisivo, emergente através de um novo conceito e interface ubíquo de multimédia interativo, em diferentes formatos e suportes, um mero ecrã nómada, como uma espécie de nova extensão da mente” (Cádima, 2011).

É importante realçar que um dos aspetos mais relevantes do novo conceito de televisão é que o desenvolvimento tecnológico a tem conduzido à convergência. Como assinala Cintra Torres (2011): “Se, antes, os media se distinguiam pela tecnologia, pelos suportes (papel, película, vídeo) e pela distribuição (quiosques, porta a porta, pelo ar, por cabo) no século XXI todos os media partilham a digitalização na tecnologia, suporte e distribuição. Os mesmos espaço e tempo oferecem ao utilizador conteúdos radiofónicos, cinematográficos, televisivos. Um jornal mostra imagens televisivas; uma rádio mostra notícias de “TV”; uma TV “mostra” sons de rádio; um operador de TV mostra notícias escritas no seu *site*” (E. Cintra Torres, 2011).

Indo ao encontro do tema deste inquérito, verifica-se que a tendência um pouco por todo o planeta é que o crescimento das plataformas para conteúdos em formato digital dê um novo impulso ao desenvolvimento de conteúdos de vídeo e serviços interativos direcionados para públicos específicos, notando-se que as comunidades geográficas não ficam de fora do processo de segmentação das audiências, sendo também elas público-alvo de vários conteúdos e serviços, tendo a aposta no seu desenvolvimento conquistado o estatuto de “prioridade” em países como França ou o Reino Unido, na transição para a televisão digital.

De facto, o contexto de transição para o digital na Europa, que se materializou fundamentalmente através do processo de desligamento do sinal analógico de televisão, com a sua substituição pela Televisão Digital Terrestre, também em Portugal pode constituir um fator decisivo para o desenvolvimento

dos media de proximidade. Com efeito, uma das principais vantagens dos sistemas de difusão digital, como a TDT, tem que ver com a economia de espectro, o dividendo digital³³. Isto é, a difusão digital (DVB-T, ATSC, etc.) necessita de ocupar muito menos espaço³⁴ para emitir serviços de programas. Com a substituição da difusão analógica pela digital, a maioria das frequências utilizadas para a emissão dos atuais canais de televisão ficam livres. Assim, a discussão sobre a utilização a dar ao espectro é uma das preocupações atuais de reguladores e da Comissão Europeia. E neste debate está incluído o tema das televisões locais e regionais, uma vez que o dividendo digital permite conceber a atribuição às mesmas do espaço que estas nunca usufruíram no panorama audiovisual português. A este propósito importa dizer, como sublinha Cádima (2008), que “os sucessivos governos portugueses nunca permitiram, por lei (argumentando razões no âmbito da falta de espectro), que fossem criados estes projetos, tal como sucedeu na imprensa e na rádio, tendo reprimido os potenciais candidatos e projetos disponíveis para o fazer – sobretudo nos anos 80, antes da liberalização da lei da televisão”. No contexto deste atraso das TVs locais e regionais, a implementação da TDT em Portugal despertou as expectativas de ver superada essa lacuna, já que o argumento da falta de espectro deixava de existir.

De facto, em toda a Europa, a passagem ao digital terrestre tem sido encarada como uma janela de oportunidades para a TV de proximidade. Num relatório preparado para a Comissão Europeia, sobre as possibilidades no aproveitamento do dividendo digital nos diversos países europeus (2009), o gabinete Analysis Mason frisou a necessidade de ter em consideração a importância do espectro libertado no âmbito do “switch-off”, para o desenvolvimento de serviços de televisão local e regional. “O dividendo digital fornece uma oportunidade para expandir o fornecimento de serviços de comunicação locais e regionais e pode apoiar uma expansão significativa da televisão local e regional (Analysis Mason, 2009)” Além disso, desde o início do

³³ Por dividendo digital entende-se o espectro que se encontra, atualmente, atribuído ao serviço de radiodifusão televisiva nas faixas de VHF e UHF que será libertado em resultado da conversão dos serviços de programas televisivos analógicos terrestres em formato digital (ANACOM, 2012).

³⁴ Neste caso, o “espaço” diz respeito às frequências disponíveis para a difusão de canais.

processo de transição para o digital terrestre que a entidade reguladora das comunicações em Portugal (ANACOM), inspirada pelas orientações da Comissão Europeia, inclui a possibilidade de utilizar os recursos advindos do “apagão analógico”, no desenvolvimento do setor da televisão local e regional. Na Consulta Pública sobre o Dividendo Digital, levada a cabo pela ANACOM, entre 30 de Março e 13 de Maio de 2009, consideraram-se potenciais áreas de utilizações do Dividendo Digital: a Televisão de Alta Definição (HDTV); a Televisão Móvel; a Televisão Regional; a Radiodifusão Sonora Digital (T-DAB, T-DMB e DAB-IP); os Serviços Móveis/Fixos de Banda Larga; os Equipamentos de Pequena Potência (ANACOM, 2009). No relatório desta consulta pública, a ANACOM refere que “importa ressaltar o papel essencial da radiodifusão televisiva digital terrestre na oferta de televisão de acesso gratuito, incluindo de âmbito regional ou local”.

No entanto, são vários os argumentos recolhidos pela ANACOM das várias partes interessadas neste processo, contra o desenvolvimento de projetos de televisão local e regional. As principais alegações assinalam que, no contexto português, os novos canais de proximidade não conseguiriam alcançar a viabilidade na plataforma digital terrestre.

Ainda assim, os entraves colocados ao desenvolvimento da televisão local e regional em Portugal representam, historicamente, uma situação de grave défice democrático no sistema de comunicação social, no pós-25 de Abril (Cádima, 2008), tendo sido recorrentemente adiada a entrada em cena da televisão de proximidade, como instrumento de desenvolvimento económico, social e cultural do país.

Na verdade, o conceito de televisão de proximidade está associado ao florescer de um espaço alternativo de prática de cidadania o que, no contexto da globalização, ganha especial relevância. Nos últimos 20 anos, têm sido diversas as vozes que defendem que a globalização tem anulado, juntamente com as fronteiras geográficas, o espaço da identidade. No entanto, de acordo com a definição de Giddens (1990), a globalização representa “a intensificação de relações sociais à escala mundial” e, mais do que um conceito assente nas inter-relações económicas, esta marca a “transformação do tempo e do espaço em que decorrem as nossas vidas” (Giddens, 1990 apud Coelho, 2005). Neste sentido, a referência ao global não deve excluir o local. Pelo contrário, o global

e o local estão ligados e inter-relacionam-se, sendo que o que normalmente se entende por local, está incluído na ideia de global. Com efeito, também o panorama mediático está hoje apoiado nesta dialética. Como refere Rebelo (2011), “as televisões de proximidade já não assentam a sua definição num conceito meramente geográfico; a comunidade está inserida para além de um espaço físico, criando-se uma relação de cumplicidade e proximidade partilhada e que, na essência, constitui a sua identidade”. Segundo Camponez (2002), “o local é o lugar de compromissos comunicativos, que tanto podem direccionar-se para as denominadas de lugar como para as lógicas globais mais desterritorializadas” (Camponez, 2002). Com a globalização, os media de proximidade podem reforçar a sua importância no espaço público se, como assinala o mesmo autor, contribuírem para “a integração, socialização e aculturação dos membros da comunidade, resistindo não apenas às diferentes pressões trazidas pela globalização, mas funcionando igualmente como meio de projecção do local no global” (Camponez, 2002). Neste âmbito, estamos já a referir-nos a um processo de “glocalização”, conceito criado pelo sociólogo Roland Robertson, que encara o conceito de globalização de forma menos catastrófica do que a habitual crítica, recusando o argumento dos que consideram a globalização um total esvaziamento da vontade e identidade do indivíduo. De facto, a “glocalização” implica que um dos limites da globalização seja a sua adaptação às realidades locais, para não as ferir ou anular. Como sugere Coelho (2005), a nova lógica da sociedade em rede e da globalização, “assente na desvalorização do papel do Estado, e consequentemente da cidadania e da identidade nacionais, determina (...) ‘novas formas de ligação, pertença e envolvimento’”, permanecendo o desafio de uma inter-relação, e não de uma oposição, entre o local e o global.

Nesta perspectiva, equacionar em Portugal novas práticas na área dos media de proximidade faz parte da evolução tecnológica e do contexto social aqui descritos, palpitando a necessidade deste setor se adaptar ao novo ambiente digital e, sobretudo, aproveitar as oportunidades que a revolução digital pode proporcionar.

III. 4.2 - Atitudes, usos e preferências: ao encontro da proximidade

A primeira conclusão relevante do inquérito sobre os “usos e preferências relativamente à televisão local e regional em Portugal” tem que ver com a experiência e o contacto que os indivíduos têm hoje relativamente a estas televisões, seja no sistema de difusão tradicional ou na web. Como já foi referido, os resultados do inquérito são expressivos no que toca ao impacto das televisões locais/regionais no dia-a-dia dos inquiridos: a maioria (81,3%) nunca vê canais locais/regionais, no televisor, sendo ainda maior a percentagem de inquiridos que nunca assiste a Web TVs (85,5%).

No âmbito da curta percentagem de inquiridos que vê televisão local/regional no televisor “ocasionalmente” (15,6%) ou “várias vezes por semana (3,1%), a estação mais vista é o Porto Canal. Esta é também a emissão *online* mais procurada pelos entrevistados. De facto, o Porto Canal já tem sido considerado um exemplo de sucesso no panorama dos media locais e regionais em Portugal. A estação que cobre os acontecimentos do Grande Porto e Norte do país inspirou um estudo intitulado “TV Local, sociedade civil e cidadania: O caso Português” (Rebelo, 2011) em que se conclui que a maior parte dos espetadores (70,10%) consideram o Porto Canal um “retrato” da Região Metropolitana do Porto, e concordam que este “transmite o estado de espírito da Região Norte”. O estudo assinala que o Porto Canal “resiste à incredulidade e descrença que tem acompanhado a história dos meios locais na cidade do Porto”, e que a estação não tem ainda vocação regional, mas tem importância a nível local, sendo reconhecida pela Associação Nacional de Municípios, pelo “contacto nas ruas e pela participação popular em fóruns e debates e nas zonas de Vila Nova de Gaia, Porto, Maia, Braga, Guimarães, Valongo e Gondomar”. A autora deste estudo valoriza ainda o facto de ter encontrado na programação do Porto Canal uma “preocupação” e “perspetiva” locais, embora reconheça que falta “a criação de espaços de real permuta, no que respeita à geração de opinião e massa crítica, capaz de gerar linhas de força ativas em prol da consciência local” (Rebelo, 2011). O Porto Canal é, nesta altura, gerido pelo clube desportivo Futebol Clube do Porto, e está disponível através do cabo, satélite, e IPTV. O que o inquérito sobre os “usos e preferências relativamente à televisão local e regional em Portugal” sugere, é

que não são apenas os atuais habitantes do norte do país a interessar-se pelo Porto Canal, mas também inquiridos de outras zonas do país, como Lisboa ou Leiria.

Em seguida, conclui-se que o esforço no desenvolvimento de televisões locais e regionais deve, com certeza, colocar na lista de prioridades a qualidade dos conteúdos. Com base nos dados recolhidos, a maior parte dos inquiridos que consomem estes meios de comunicação local/regional está “um pouco satisfeita” com os conteúdos oferecidos, havendo no entanto uma percentagem considerável de indivíduos (31,2%) que se assumiram “ligeiramente insatisfeitos” ou mesmo “totalmente insatisfeitos” com a programação. As principais críticas destes inquiridos apontaram para uma falta de “know how” na produção dos conteúdos, que são também “pouco chamativos”. É de notar que, no momento de comparar os conteúdos das televisões locais/regionais, com os conteúdos das televisões nacionais, uma percentagem significativa de inquiridos (27,6%) concordou que os conteúdos das TVs de proximidade têm menos qualidade, enquanto 21,3% discordou, e a maioria (44,0%) disse não concordar nem discordar, provavelmente porque esta questão abrangeu todos os inquiridos, mesmo aqueles que não consomem este tipo de canais.

Ainda assim, e apesar de a maior parte dos inquiridos se interessar pouco pela oferta atual de televisões locais/regionais em Portugal, o inquérito permite concluir que a televisão de proximidade é considerada necessária e útil. Mesmo afirmando preferirem os canais internacionais, ou canais temáticos, às televisões das aldeias, cidades ou regiões, os inquiridos reconhecem a importância deste tipo de media. A uma escala representativa da população portuguesa, há dados a corroborar esta afirmação. Num inquérito realizado em 2011 a propósito de um projeto de investigação sobre “iDTV-SAÚDE: Serviços inclusivos de promoção da saúde e bem-estar via televisão digital interativa”, concluiu-se que, no âmbito de vários serviços passíveis de ser oferecidos na televisão digital - como a televisão em alta definição, a internet de banda larga móvel, televisão móvel, serviços interativos ou mesmo mais canais nacionais e internacionais - a oferta de novos canais locais e regionais revelou-se “importante” para 36,9% da população portuguesa. Esta percentagem foi mais representativa do que no caso de todos os outros serviços mencionados, o que

indica que, de facto, os portugueses estão interessados na possibilidade de vir a usufruir de mais canais de televisão local e regional na televisão. O reconhecimento do valor destas televisões para a sociedade está também intimamente ligado à questão da sua subsidiação por parte do Estado. No entanto, uma percentagem significativa de entrevistados (31,1%) não se posicionou sobre este tema, e 41,5% afirmou discordar dos apoios públicos a este tipo de televisão, contra 27,5% de concordantes.

Apesar de a maior parte dos inquiridos (44,0%) ter concordado com a afirmação “Não sinto a falta de um canal local”, estes identificam vantagens nas televisões de proximidade no que toca a alguns aspetos da sua função social, concordando nomeadamente com as afirmações “A TV local ajuda a unir as pessoas de uma cidade, vila ou aldeia”; “uma estação de TV local ajuda a aumentar o orgulho numa cidade, vila ou aldeia” e “ver televisão local na internet permite-me participar na discussão dos assuntos locais”. Este último item prende-se especificamente com o argumento de que uma das grandes vantagens das Web TVs é estas permitirem algum nível de interação - que neste âmbito ainda não é possível através do dispositivo do televisor – disponibilizando espaços de comentário e partilha dos conteúdos, na expectativa de favorecer a discussão pública dos temas ligados às localidades e regiões.

O inquérito permitiu ainda concluir que a esmagadora maioria dos inquiridos reconhece a importância da informação local e regional em Portugal, apurando-se que 91,2% dos entrevistados consideram as notícias regionais “importantes” ou “muito importantes”, e 88,9% assumem a importância das notícias locais. Sabemos que a questão da proximidade é transversal ao jornalismo, sendo caracterizada por muitos teóricos como um valor-notícia fundamental da cultura jornalística, sobretudo em termos geográficos, mas também em termos sociais, culturais e psicológicos. Por exemplo, Van Dijk (1990) explica que, nos fundamentos e estrutura da notícia, está intrínseca a questão da proximidade local, valor que vai dar relevância aos factos para os leitores, e favorecer a sua relação com as comunidades. No entanto, a proximidade ganha valor acrescido quando falamos de jornalismo local e regional. Na perspetiva de Coelho (2005), os projetos de televisão de proximidade devem mesmo “impor como valor-notícia o pacto de proximidade com os destinatários, o que, sem esquecer os princípios que regem o discurso

jornalístico, determinará, necessariamente, a aposta em reportagens e notícias que promovam o desenvolvimento do espaço público, que promovam o debate, a reflexão e a crítica à volta dos problemas locais e das questões que dinamizam a comunidade” (Coelho, 2005).

Com base nos dados recolhidos, foi também possível perceber que, com exceção dos programas sobre jardinagem e *bricolage*, dos programas de culinária e das telenovelas, os inquiridos consideram relevantes ou muito relevantes, por ordem de importância, conteúdos como “programas sobre lugares de interesse na localidade e arredores” (85,3%), a “meteorologia” (84%), “debates em direto, abertos à participação dos telespetadores” (83,9%), “programas acerca da história da localidade” (82,9%), “programas feitos por estudantes, dedicados a adolescentes e jovens adultos” (80,4%), “notícias de trânsito e viagens” (74,8%), “filmes” (71,7%), “programas infantis” (71,4%), programas de “música produzida pela população local” (66,9%), e as “informações úteis sobre agricultura e/ou pesca locais” (60%). Neste sentido, para além das notícias locais e regionais que, para a esmagadora maioria dos inquiridos, são os conteúdos de proximidade de eleição, os programas que os inquiridos reconhecem como importantes estão ligados - com exceção da “meteorologia”, integrada na área dos serviços úteis - à cultura e à participação na vida local.

O inquérito serviu também para sondar os inquiridos sobre o tempo que estes poderiam vir a despendar a assistir a um canal de TV local. Neste âmbito, os resultados são animadores para quem desenvolve estes projetos, já que a maior parte dos inquiridos (27,6%) assumiu que poderia sintonizar uma estação de TV local todos os dias, seguidos dos que se imaginam a fazê-lo 3 a 4 vezes por semana (23,1%), e dos que pensam poder fazê-lo 1 a 2 vezes por semana. No que respeita ao acesso a uma televisão local na internet, esta questão é encarada de modo muito diferente, sendo que a maior parte dos inquiridos coloca a hipótese de aceder a Web TVs 1 a 2 vezes por semana (19,6%), e menos do que uma vez por mês (19,6%), havendo uma grande percentagem de inquiridos que preferem não se projetar no que respeita ao consumo de canais locais/regionais na internet (20,4%).

O inquérito permitiu ainda apurar que, entre alguns dos serviços interativos de televisão possíveis atualmente, a possibilidade de gravar e

guardar vídeos favoritos é, de longe, a que mais interessa aos inquiridos, com 83,1% destes a considerarem o serviço “importante” ou “muito importante”.

Em síntese, este inquérito permite concluir que os inquiridos têm pouca experiência no que toca ao consumo de televisões locais e regionais em Portugal, notando-se que a oferta existente atualmente, na difusão tradicional e mesmo na web, não alcança a maioria dos indivíduos. Os indivíduos que têm por hábito consumir, mesmo que com pouca frequência, canais de televisão local/regional estão, na maioria das vezes, moderadamente satisfeitos com os conteúdos oferecidos, existindo ainda uma percentagem significativa de indivíduos que se afirmam insatisfeitos com a oferta atual por parte de TVs e Web TVs locais e regionais. A este propósito, alguns dos comentários lançados pelos inquiridos lamentam o facto de os conteúdos destas televisões serem pouco apelativos, e de existir um certo amadorismo nos projetos de TV local/regional em Portugal.

Contudo, os inquiridos não fecham a possibilidade de virem a ser “conquistados” pela televisão de proximidade, considerando as televisões locais úteis e necessárias. Com efeito, questionados sobre a regularidade com que acham que poderiam sintonizar uma estação de TV local, a maioria dos inquiridos respondeu que o poderia fazer todos os dias (27,6%), 3 a 4 vezes por semana (23,1%) ou 1 a 2 vezes por semana (20,4%). É também de realçar que os conteúdos mais interessantes para estes inquiridos no âmbito da TV local/regional são as notícias locais e regionais, o serviço útil da meteorologia, seguindo-se os programas que exploram a cultura e a história das localidades, bem como os que incentivam a participação dos locais.

Finalmente, os resultados deste inquérito anotam que algumas das atitudes dos inquiridos em relação ao tema da televisão local e regional, nomeadamente o reconhecimento de que esta tem uma função social e o apetite por conteúdos ligados ao património e à identidade das comunidades - vão ao encontro dos atributos que definem a televisão de proximidade. Ou seja, estes resultados podem não ser suficientes para definir se existem ou não condições para o desenvolvimento de televisões locais/regionais em Portugal, mas reforçam sem dúvida a pertinência do desenvolvimento da televisão de proximidade neste país, no verdadeiro sentido da sua definição. Diversos sinais foram dados no sentido de haver interesse por uma televisão de qualidade,

dedicada às localidades e/ou regiões, que siga as premissas da televisão de proximidade, refletidas na sua missão: uma televisão que se dirige “a uma comunidade humana de tamanho médio ou pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência quotidiana, às suas preocupações e aos seus problemas, ao seu património linguístico, artístico e cultural e à sua memória histórica” (Coelho, 2005).

CAPÍTULO IV

ANÁLISE DOS PRINCIPAIS RESULTADOS OBTIDOS NAS ENTREVISTAS COM STAKEHOLDERS

O principal objetivo da realização de entrevistas com *stakeholders* no âmbito desta dissertação foi obter as diferentes perspetivas das diversas partes interessadas no processo de desenvolvimento da televisão de proximidade em Portugal, isto é, projetos de TV local e regional, produtores de conteúdos, reguladores, especialistas e académicos, empresas de telecomunicações, entidades públicas locais, representantes de consumidores, entre outros. Apesar de terem sido feitos pedidos de entrevista a cerca de 30 *stakeholders*, foram conseguidas 13 entrevistas entre Agosto e Setembro de 2012. Das 13 entrevistas, 6 foram realizadas presencialmente e 7 foram feitas via email. Para além destas, dois *stakeholders* (Autoridade Nacional de Comunicações e Associação Portuguesa das Empresas de Publicidade e Comunicação) responderam à solicitação de entrevista, sugerindo que não era da sua competência pronunciar-se sobre o tema. No caso da Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), importante stakeholder por ser esta a entidade reguladora das comunicações em Portugal, a resposta frisou que “para assuntos relacionados com os projetos e conteúdos dos meios de comunicação, designadamente televisão, deverá ser contactada a ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social”, sublinhando-se ainda que “a informação que a ANACOM disponibiliza, relacionada com televisão, diz respeito à televisão por subscrição vista como um serviço de comunicações eletrónicas”.

Segue-se a lista completa de participantes neste trabalho:

Alberto Arons de Carvalho (conselheiro da ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social)

Carlos Ramalho (diretor da Localvisão TV)

Feliciano Barreiras Duarte (Secretário de Estado Adjunto do Ministro-Adjunto e dos Assuntos Parlamentares, com a tutela da Comunicação Social)

Filipe Couto (director da Espinho TV)

Guilherme Leite (diretor da Saloia TV)

Jorge Ferraz Abreu (professor na Universidade de Aveiro, investigador especializado em Televisão Digital)

José Faustino (Presidente da Associação Portuguesa de Radiodifusão)

Nuno Fernandes (Autor do blogue “Web TV em Portugal”)

Paulo Feliciano (Diretor da TV Azores)

Pedro Coelho (jornalista da SIC, professor na Universidade Nova de Lisboa e especialista na temática da televisão de proximidade)

Pedro Jorge Braumann (Diretor do Centro de Estudos do Serviço Público da RTP - grupo de media, ao qual pertencem os canais abertos RTP 1 e RTP2)

Sérgio Denicoli (professor na Universidade do Minho, investigador especializado em Televisão Digital)

Susana Gato Ribeiro (secretária-geral da Associação de Produtores Independentes de Televisão)

Como se pode verificar, este conjunto de participantes é sobretudo marcado pela presença de especialistas na matéria da televisão. O facto de a recolha de entrevistas ter sido realizada em tempo de férias foi uma limitação deste trabalho, que acabou por impedir que uma amostra mais alargada de partes interessadas neste processo, como as empresas de telecomunicações ou instituições públicas ligadas ao desenvolvimento das localidades e das regiões, pudessem participar.

O instrumento da entrevista foi composto por 6 perguntas abertas. As entrevistas, posteriormente codificadas e analisadas com apoio do software NVIVO8, incluíam questões ligadas à avaliação da evolução da TV local e regional em Portugal; os principais obstáculos ou barreiras ao desenvolvimento da TV local e regional em Portugal; o dividendo digital, ou seja, o espectro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, colocando-se a questão sobre se este deve ser aproveitado para o desenvolvimento de

serviços de televisão de proximidade e porquê; a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a Televisão Digital Terrestre e a IPTV, e da veiculação de conteúdos via móvel, no desenvolvimento de serviços de TV local e regional; e a forma como o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos.

Seguidamente, será apresentada uma análise dos resultados obtidos através das entrevistas, de acordo com os tópicos acima mencionados.

IV. 1 - Evolução da TV local e regional em Portugal: entre o desafio tecnológico e a vontade política

Um dos aspetos mais mencionados no conjunto das entrevistas, no que respeita à evolução da TV local e regional em Portugal, prende-se com o extraordinário desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação, assumindo-se o progresso das plataformas de distribuição de televisão e sobretudo da internet, como fatores decisivos no rumo que o setor da televisão local e regional tem levado neste país. Com a transformação permanente da paisagem tecnológica, revela-se fundamental pensar o futuro da indústria televisiva com base em três fatores: tecnologia, comportamento do consumidor e modelos de negócio. A inovação tecnológica está a acelerar-se, como se pode comprovar pelo acesso rapidamente generalizado dos consumidores a dispositivos como os ecrãs de alta-definição ou os smartphones, e acredita-se que os hábitos de consumo de televisão em Portugal passarão por alterações significativas nos próximos cinco a dez anos, à semelhança do que acontece no resto do Mundo.

Neste âmbito, o fator tecnológico foi mencionado por 8 dos 13 *stakeholders* (APIT; Azores TV; Espinho TV; Feliciano Barreiras Duarte (FBD); Localvisão; Pedro Coelho (PC); Sérgio Denicoli (SD); Nuno Fernandes (NF)), como tendo importante relevância na evolução da televisão local e regional em Portugal. Destes 8 entrevistados, 5 (APIT; PC; FBD; NF; SD) mencionaram especificamente a revolução que a internet veio trazer ao setor das televisões locais, com o “boom” das web TVs, em 2005, a revelar-se uma potencial alternativa à adiada criação de televisões locais/regionais hertzianas no país.

No ponto de vista do secretário de Estado com a tutela da Comunicação Social, Feliciano Barreiras Duarte, o desenvolvimento das TVs locais e regionais em Portugal será “mais fácil” por via da internet, e o Estado deve adaptar-se às mudanças que a “evolução alucinante” da última década veio trazer. “A televisão local e regional em Portugal tem, com o advento das TIC, um campo de crescimento muito grande, e os poderes públicos têm que estar atentos a essa nova realidade, para perceberem até onde é que o Estado tem que ajudar a regular a sua existência e, ao mesmo tempo, criar os melhores mecanismos que permitam que essas web televisões ganhem outro grau de importância e possam contribuir também para o desenvolvimento local e regional do território português” (Feliciano Barreiras Duarte). Do mesmo modo, o investigador Sérgio Denicoli considera que o caminho das TVs locais e regionais em Portugal tem sido feito na internet. “Com a Internet, as TVs locais portuguesas tiveram um grande impulso (...) Mais do que os canais difundidos por meio do espectro radioelétrico, são os canais presentes na Internet que têm cumprido o importante papel de divulgar conteúdos locais e regionais no país” (Sérgio Denicoli). Por outro lado, o jornalista e professor universitário, Pedro Coelho, reconhece que a internet, associada à televisão de proximidade, tem ganho alguma expressão em Portugal, mas sublinha o paradoxo nesta relação: “está aqui uma espécie de contradição, porque o meio é ótimo, a plataforma é extraordinária, perfeita, mas não há uma taxa de penetração efetiva. Ou melhor, as pessoas podem aderir, podem ver, mas aqueles a quem mais interessa o conceito de proximidade, que são os mais velhos, a esses a internet não chega, sobretudo nas comunidades do interior” (Pedro Coelho). De acordo com Pedro Coelho, fazer brotar a televisão de proximidade através da internet é possível, mas exige um trabalho a montante, já que o acesso a esta plataforma em Portugal ainda não está generalizado. “A taxa de penetração da televisão tradicional no tecido social do interior é muito elevada (...) A internet não está suficientemente preparada para influenciar os tecidos sociais mais desprotegidos, nomeadamente os das comunidades do interior” (Pedro Coelho).

Ainda no que respeita ao lugar da internet na história da evolução da televisão de proximidade em Portugal, podemos recorrer às considerações de Francisco Rui Cádima (2011) sobre o tema, em que se defende que “as Web

TV regionais, ou locais, podem ser entendidas, em primeiro lugar, como uma emergência tardia das televisões locais hertzianas que nunca tivemos nas nossas regiões ou comunidades locais, em Portugal” (Cádima, 2011). Cádima salienta que as Web TV vieram “desbloquear” as barreiras que os sucessivos governos portugueses têm colocado à televisão de proximidade em Portugal, mesmo que haja ainda um longo caminho a percorrer no que toca a aproveitar a “dádiva” da internet para fazer televisão. “Há uma nova galáxia comunicacional em emergência no nosso sistema «pós-mediático» à qual importa dar o devido relevo, ainda que a qualidade dos seus conteúdos possa não estar amadurecida e não integre ainda um plano de «mercado» nem o profissionalismo que qualquer projeto de informação nesta área deve ambicionar” (Cádima, 2011). Aproveitar a Web para desenvolver projetos de televisão local ou regional profissionais, de qualidade, integrados em ambientes colaborativos e participativos à altura do que a plataforma permite, é assim uma das hipóteses assumidas pelos *stakeholders* para o desenvolvimento da TV local e regional em Portugal. No entanto, e paradoxalmente, os projetos de Web TV portugueses tendem a ambicionar a passagem à difusão por cabo, satélite, ou televisão digital terrestre, encarando essa possibilidade como “o salto” (Espinho TV, 2012) que lhes permite um maior alcance em termos de audiência. No âmbito das entrevistas, os responsáveis de três projetos de Web TV local (Localvisão; Azores TV, Espinho TV) mencionaram o serviço do “MEO Kanal”, proporcionado pelo operador de distribuição por cabo MEO, como uma oportunidade de alargar as ambições dos pequenos projetos de TV local na web, que não têm meios para evoluir para outras formas de distribuição dos seus conteúdos. Segundo o diretor da Azores TV, Paulo Feliciano, este serviço veio abrir as Web TV ao mundo. “Como a lei não permite mais do que isso, toda a televisão local e regional está limitada ao cabo e, mesmo assim, com muitas dificuldades burocráticas e custos de licenciamento. O MEO Kanal veio mudar esse panorama e abrir uma porta para uma nova forma de distribuir televisão – circuitos de redes digitais fechadas do operador de comunicações. Uma forma gratuita, de alta qualidade, fácil de gerir e utilizar, ao mesmo tempo que chega a cada vez mais clientes da PT” (Azores TV). Neste contexto, é de realçar a análise que o autor do blogue “Web TV em Portugal”, Nuno Fernandes, faz do assunto, assinalando que, nalguns casos, as Web TV que

aderem ao MEO Kanal acabam por encerrar mesmo as suas páginas web, uma vez que alcançaram uma maior visibilidade para os seus conteúdos através da plataforma de IPTV. A este respeito, há uma preocupação repartida entre dois *stakeholders* (Associação Portuguesa de Radiodifusão; NF): há questões ligadas aos direitos de autor, direitos de transmissão e mesmo à preservação da “moral pública” que podem advir da utilização deste novo espaço para a criação de canais. Na opinião de Nuno Fernandes, a ERC deveria preocupar-se em investigar estas questões, para as quais ainda não há resposta.

Seguidamente, é de realçar que, no conjunto das 13 entrevistas, 8 *stakeholders* (JFA; Localvisão; SD; NF; PC; RTP; ERC; APIT) mencionaram que a evolução da televisão local e regional em Portugal tem sido marcada pela falta de vontade política no desenvolvimento deste setor audiovisual. Já anteriormente, autores como Cádima (2011) ou Eduardo Cintra Torres, afirmaram que a causa de não termos em Portugal televisões locais não pode ser atribuída à sociedade civil, mas antes ao sistema político (Cádima, 2011). Neste sentido, assinalada como uma das principais barreiras ao desenvolvimento da televisão de proximidade em Portugal, a falta de vontade política aparece como uma constante na evolução da televisão de proximidade em Portugal, sendo que alguns *stakeholders* estão convictos de que nem mesmo a implementação da televisão digital terrestre em Portugal e o desafogo do espectro radioelétrico trouxeram mudanças neste aspeto. De acordo com Pedro Coelho, na altura da criação de desdobramentos regionais da RTP, Portugal começou a trilhar um caminho que, apesar de atribulado, poderia ter como horizonte a televisão de proximidade. No entanto, os vários governos portugueses não chegaram nunca a estabelecer uma relação entre o meio audiovisual e o desenvolvimento das regiões, encarando-se antes o desenvolvimento da televisão de proximidade como um “luxo” a que o país não se poderia dar. “Eu acho que nós não podemos dizer que há televisão de proximidade em Portugal. O conceito de TV de proximidade precisava de ser operacionalizado, mas houve uma machadada forte quando se acabou com a autonomia das emissões regionais. Porque, apesar de no meu ponto de vista ser um mau caminho, nós tínhamos um caminho, quando os emissores da RTP estavam desdobrados com emissões autónomas. O Governo do PSD, no ano de 2004, acabou com isso, e basicamente não aconteceu mais nada depois

disso” (Pedro Coelho). Também Nuno Fernandes considera que o fator político foi determinante para o encerramento das emissões em desdobramento dos centros regionais da RTP, assumindo que hoje existem apenas “resquícios” dessa dinâmica, com programas como o “Portugal em Direto”, na RTP1. Nuno Fernandes considera ainda que a década de 80 trouxe o potencial da TV local e regional em Portugal, mas que este foi abafado pela falta de vontade política. “Podemos recuar na história até à década de 80 e analisar os projetos de televisão local e regional que existiram, sobretudo nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, e que por diversas razões, entre a perseguição judicial, questões económicas e até mesmo devido à existência das rádios pirata, foram de curta duração” (Nuno Fernandes). Na mesma linha, Pedro Braumann, da RTP, lembra que em Portugal “sempre houve grande resistência à existência de TVs locais e regionais emitidas por via hertziana, mesmo quando isso era perfeitamente possível em termos analógicos. Ou seja, quando não havia espectro hertziano para mais canais nacionais, mas havia perfeitamente para canais regionais, inclusive para grandes regiões como Lisboa e Porto” (Pedro Braumann). O diretor do Centro de Estudos do Serviço Público da RTP sublinha que um dos motivos dessa resistência passa pelo facto de se encararem os projetos de TV local e regional como concorrentes aos canais nacionais. “Lembro-me de ter participado nos trabalhos de uma comissão sobre o futuro da televisão, em 1996, em que, por exemplo, foi aceite a ideia de o canal 2 passar a ser um canal a pagamento, e a única questão que não passou foi a das TVs regionais. As pessoas eram maioritariamente contra porque achavam que isso ia pôr em causa as televisões nacionais, sempre um pouco com a ideia de que uma TV regional ou local é uma mini-TV nacional” (Pedro Braumann). Braumann reflete ainda sobre o facto de esta resistência ser rara no âmbito europeu. “O paradoxo chegou ao ponto de, com a própria TDT, que praticamente em todos os países da Europa tem sido uma oportunidade para desenvolver televisão local e regional, em Portugal a televisão local e regional não ter sido sequer prevista no primeiro modelo, e mais recentemente, depois do switch-off, apesar de estarem previstos multiplexes para televisões regionais e distritais, esta ainda não ter avançado” (Pedro Braumann). No conjunto das entrevistas, a questão política foi sobretudo evidenciada no contexto dos desafios e oportunidades relativos ao dividendo digital. Por exemplo, o

professor universitário e investigador na área da televisão digital, Jorge Ferraz Abreu, acredita que “há espaço para muito mais” no que toca à televisão de proximidade em Portugal e alerta que “seria especialmente importante que se rentabilizasse a capacidade disponível na TDT”. O especialista considera ainda que, do ponto de vista tecnológico, os obstáculos que atualmente se impõem à TV local e regional são muito poucos. No entanto, “o mesmo já não se poderá dizer ao nível da triangulação constituída pelo poder político; influência das atuais estações televisivas; e atuais operadores” (Jorge Ferraz Abreu). Na mesma linha, para Arons de Carvalho, as barreiras também já não são tecnológicas. “É um obstáculo ainda de vontade política, não é um obstáculo técnico. Ou seja, não há interesse nenhum por parte dos atuais operadores de televisão em que se utilize mais do que o multiplexer A, porque a existência de um conjunto de canais de televisão em concorrência num espaço limitado, com a crise do mercado publicitário, seria tremenda. Portanto, os operadores privados têm feito uma grande pressão para que se restrinja a TDT ao MUX A (...) E não vejo no poder político uma grande vontade em abrir os muxes B a F” (Arons de Carvalho). Sabemos que a gestão do espectro radioelétrico que orientou o funcionamento nacional e internacional da rádio e da televisão ao longo de todo o século XX está em questão. Para além do surgimento de novos “players” a reclamar uma parte deste recurso, este é um tema que interessa a todos os portugueses, já que, como assinala o presidente da Associação Portuguesa de Radiodifusão, José Faustino, este “é um bem público, ou seja, um bem de todos”, e portanto “deve ser o mais possível posto à disposição da população, para que esta disso possa disfrutar, dentro dos princípios constitucionais da liberdade de informar e ser informado”. Esta questão não pode deixar de merecer relevância, já que, de acordo com este conjunto de *stakeholders*, é importante que a população portuguesa esteja a par daquilo que pode ganhar com a passagem ao digital. Como explica Ribeiro (2007), as vantagens da transmissão digital aplicada à televisão, que vão depender muito dos meios de transmissão adotados (terrestre, cabo, satélite, internet), incluem uma “melhor qualidade de imagem e som”; a “reprodução de sinal de qualidade superior”; uma “sintonização mais fácil”; o “aumento da quantidade de programação”; a orientação dessa programação para uma audiência alvo; a existência de “canais complementares”, com funcionalidades adicionais; o

“aumento da escolha do telespetador”, com serviços como o “multi-câmaras”; a “programação interativa” e a “participação do espetador” em votações e jogos, por exemplo; as “compras e os serviços bancários”; o serviço de Video on demand (VOD), entre outros. Nesta altura, urge compreender se os benefícios do dividendo digital, nos quais se podem incluir estes e outros serviços, estão a ir ao encontro da população portuguesa. No que respeita especificamente às vantagens que os portugueses poderão retirar da reserva de um multiplex para as televisões locais e regionais, os especialistas na matéria alertam, em primeiro lugar, para a necessidade de debater o tema publicamente. De acordo com Sérgio Denicoli, “o debate em torno do dividendo digital até o momento centrou-se apenas na questão da Internet em banda larga, o 4G, e não se expandiu para outras áreas que poderiam incluir a TV de proximidade. No entanto, como há muitas frequências livres, é necessário que as discussões em torno da utilização do espectro que foi libertado com o fim da TV analógica voltem a ocupar um espaço de destaque na sociedade, sobretudo no que diz respeito às políticas audiovisuais” (Sérgio Denicoli). Como explica Pedro Braumann, que integra também o Conselho Consultivo da ANACOM, estava previsto um multiplex para serem desenvolvidos serviços de programas locais e regionais depois do desligamento do sinal analógico de televisão. No entanto, o que sobressaiu até agora foi um impasse, revelando-se necessária uma consulta pública que avalie, não só as condições económicas de sucesso para a TDT local, mas também a definição de um modelo de negócio adaptado. “Está previsto um multiplex regional depois do switch-off. Mas há aqui problemas complicados. A ANACOM ainda não fez a consulta pública sobre o que é que vai fazer aos multiplexes e ao espectro disponível depois do switch-off (...) Basta ver o que aconteceu com a distribuição dos únicos multiplexes em termos nacionais, para perceber que se houver um modelo relativamente mais fluido e de mais fácil instalação, tal como aconteceu nas rádios locais, se calhar o interesse é maior. Se formos para um modelo de grandes concursos públicos, com distribuição feita através da PT ou algo parecido, as dificuldades serão com certeza maiores e, portanto, tudo depende muito, não só das condições económicas do país, mas também do modelo que venha a ser definido. Infelizmente o que nós vimos na TDT nacional foi, talvez, um dos piores modelos europeus. Foi uma oportunidade deitada fora” (Pedro

Braumann). Para Sérgio Denicoli, que estudou aprofundadamente os modelos de TDT na Europa, é sempre uma mais-valia termos uma cobertura local e regional, e uma programação específica para determinados sítios. “Há espaço no espectro para que os canais locais possam ser transmitidos e, inclusive, muitas Web TVs surgiram com a esperança de que no futuro pudessem receber uma concessão para emitir através do espectro”. Esta última hipótese apontada por Denicoli foi colocada pelo grupo Localvisão TV, projeto de Web TV que disponibiliza conteúdos sobre diversas localidades portuguesas. Para o diretor da Localvisão TV, Carlos Ramalho, o modelo de TDT adotado em Portugal impede a criação de canais locais e regionais. “Não haverá mais essa possibilidade, pelo menos com as condições tecnológicas existentes. Foi uma pena, mas perdeu-se uma excelente oportunidade de diminuir as assimetrias existentes entre o litoral e o interior. Basta ver que em Bragança, Guarda, Castelo Branco, etc., estão disponíveis 42 canais via TDT, dos quais apenas 4 portugueses. Apesar das dificuldades económicas, algumas frequências seriam rentabilizáveis. Foi pena”. Carlos Ramalho assegura, no entanto, que a Localvisão TV, que em breve fará a transição para um canal por cabo, não deixará de estar também na TDT, tendo já o grupo acordado ceder conteúdos seus a um dos canais espanhóis que algumas zonas do país recebem, através do sinal de TDT do país vizinho. “Nós achámos que era importante levar a informação que produzimos às pessoas da zona raiana, que é uma zona que recebe essencialmente televisão por satélite, à qual nós não chegamos. Falámos com televisões espanholas, nomeadamente a televisão de “Castilla e León”, e vamos criar um programa com eles em que nós contamos o que se passa por cá e eles contam o que se passa por lá, de maneira que as pessoas da Beira possam ligar a televisão de “Castilla e León” e possam ver a Localvisão. Portanto, nós vamos estar na TDT” (Carlos Ramalho). Na perspetiva da Associação Portuguesa de Radiodifusão, a transição portuguesa para TDT foi até agora atabalhoada, o que não permitiu a oferta de benefícios aos portugueses. “O processo de desenvolvimento da televisão digital deveria ter sido mais lento, e a partir de 2008/2009, com a crise, devia ter sido retardado. Isto permitiria um maior usufruto. Depois, tem que estar reservado o espaço necessário suficiente, com bastante largueza, para permitir os desenvolvimentos naturais da comunicação social: o desenvolvimento das

televisões locais e regionais, o desenvolvimento das próprias rádios com emissões para ir para o audiovisual. E o que sobrar, com certeza que poderá ir para os operadores de telecomunicações”. Na mesma linha, a Associação Portuguesa de Produtores Independentes de Televisão, na voz da secretária-geral, Susana Gato Ribeiro, frisa que “o dividendo digital é algo que deve, em primeiro lugar, beneficiar as populações, proporcionando-lhe conteúdos portugueses, feitos por portugueses, para portugueses”.

Da mesma maneira, questionados sobre a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a TDT e a IPTV, e da veiculação de conteúdos via móvel, no desenvolvimento da televisão regional e local em Portugal, as opiniões foram, mais uma vez, diversas. Na perspetiva da Associação Portuguesa de Radiodifusão, a televisão de proximidade deve, sobretudo, ser de acesso simples. “A grande oportunidade para as televisões locais ou regionais é justamente a facilidade das pessoas poderem ligar o televisor e ver. E a plataforma onde isso tem de estar é na Televisão Digital Terrestre. Porque o resto é relativo. (...) Portanto, os potenciais telespetadores de uma TV local estarão na Televisão Digital Terrestre e não em plataformas como a Zon ou o MEO. Em relação à internet, digo a mesma coisa: poderá ser a plataforma ideal, quando as pessoas conseguirem, com a mesma facilidade que veem na televisão, ver os canais através da internet. Sei que tecnologicamente já é possível fazer-se, mas ainda não está generalizado... Os públicos da TDT, do cabo e da internet são coisas completamente diferentes. E a grande oportunidade das televisões locais e regionais está na TDT” (José Faustino). Na opinião de Pedro Braumann, Portugal tem dois caminhos alternativos abertos: um primeiro, que aposta na televisão local e regional tradicional, à semelhança do que aconteceu na maioria dos países europeus, ainda que nalguns tardiamente; e um segundo, que aposta, desde logo, numa lógica interativa, que permita o acesso a diferentes tipos de conteúdos. Neste sentido, para o representante da RTP, é evidente que uma parte do consumo de proximidade vai passar por uma lógica multimédia, seja através de um canal de televisão tradicional, seja através da disponibilização de conteúdos *online* nos sites. Além disso, nas circunstâncias atuais, é importante não fechar modelos, nem circunscrevê-los ao suporte tradicional da televisão. “A dúvida que eu tenho, e que me parece relevante neste caso, é se nas situações em

que não haja viabilidade em termos de mercado - nomeadamente nos casos em que não se justificar uma distribuição hertziana e que seja difícil entrar em plataformas de cabo, IPTV ou outros - poderá fazer sentido pensar num modelo de distribuição de conteúdos locais e regionais, que seja um modelo multimédia, em que haja uma miscelânea de conteúdos tradicionais do jornalismo *online*, com aquilo que já são conteúdos audiovisuais. Esse pode ser um modelo interessante de acesso a conteúdos, onde não houver espaço económico para televisão local e regional. E, nalguns casos, depois até se poderá evoluir para televisão, se correr bem” (Pedro Braumann). Sobre este mesmo tópico, o diretor da web televisão Saloia TV, Guilherme Leite, é categórico, quando realça que as novas plataformas de distribuição digital do sinal podem ser diferenciadoras para o tipo de audiência das TVs locais e regionais. “A importância será transferir as televisões regionais do computador para o sofá da sala e passar do espetador isolado, no computador do quarto, para espetadores em família, na sala de casa.” (Saloia TV). Já no ponto de vista de Pedro Coelho, Portugal não deve iludir-se demasiado com as novas plataformas, se ainda pode concentrar-se no desenvolvimento efetivo das Web TV. “Eu acho que não faz muito sentido, a esta altura do campeonato, com a internet a crescer como está a crescer, nós andarmos a desperdiçar recursos financeiros para criarmos outras plataformas. Obviamente que o digital permite, mas permite ainda assim com algum custo. O que eu acho que nós temos que fazer, se queremos pegar na internet a sério e aplica-la ao conceito de proximidade na televisão, é um trabalho de sustentabilidade da própria internet” (Pedro Coelho).

No que se refere, em particular, ao impacto da televisão móvel no setor da TV local e regional, dois *stakeholders* (JFA; Localvisão) pronunciaram-se sobre o tema, levantando algumas questões sobre os modelos de negócio a esta associados. Para Jorge Ferraz Abreu, pensar as televisões locais na plataforma móvel exige ainda alguma investigação. “No que diz respeito à TV móvel, tenho algumas reservas ao nível do modelo de negócio: se a solução tecnológica passar por ter TV móvel sobre redes UMTS, quem paga os custos de transmissão? Por outro lado, se a abordagem consistir num modelo assente no protocolo DVB-H (suportado em transmissão hertziana terrestre), como se conseguirá uma aquisição eficiente de terminais móveis com sintonizador

digital? (Jorge Ferraz Abreu). Do mesmo modo, Carlos Ramalho, da Localvisão, considera que o acesso generalizado, que interessa no âmbito da TV de proximidade, é um cenário ainda longínquo. “As plataformas móveis levarão muito tempo até se afirmarem como alternativa. É um mercado muito restrito e servirá apenas de complemento para quem já está noutras plataformas. Na minha opinião, não obstante os bons exemplos que já surgiram, os utilizadores constituirão um grupo muito residual. Incluo-me neste grupo, pois vejo televisão em todas as plataformas. Mas não conheço mais ninguém que o faça” (Carlos Ramalho). Neste âmbito, será interessante realçar ainda a reflexão de Sérgio Denicoli sobre a panóplia de possibilidades que o digital trouxe consigo: “as novas plataformas de distribuição digital são um reflexo da própria evolução tecnológica e vêm acabar com a ideia de que fazer televisão é algo caro e distribuir os sinais ainda mais dispendioso”. O investigador salienta que “com o advento da internet espectral em banda larga e com o crescimento da demanda por comunicações móveis, provavelmente num futuro próximo as audiências que hoje ainda estão perante a TV migrarão definitivamente para a Web, o que tornará o cenário televisivo completamente diferente, com mais interação e com o próprio utilizador a transmitir em canais específicos as suas captações”.

Os 13 *stakeholders* entrevistados foram também questionados sobre em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos. Neste âmbito, do ponto de vista dos *stakeholders*, é consensual que as novas tecnologias da informação e comunicação, sobretudo a internet, são um auxiliar extraordinário para o jornalismo. De acordo com Pedro Coelho, a internet, apesar de ser normalmente encarada de forma catastrofística, por ter vindo abalar a sustentabilidade do jornalismo, “é um manancial de proveitos” para o mesmo. De acordo com Pedro Coelho, a internet deve continuar ao serviço da atividade jornalística, na “consulta de fontes que antes estavam escondidas, na promoção do próprio debate ao nível das comunidades de proximidade - através da blogosfera, através de pequenos sites que são criados a custo zero, que promovem determinados problemas hiper-locais e promovem o desenvolvimento do debate à volta dessas questões hiper-locais - na promoção da investigação jornalística”. Na perspetiva dos

stakeholders representantes de projetos de Web TV local e regional, o novo contexto digital favorece indiscutivelmente o trabalho jornalístico no seio das Web TV. O diretor da Localvisão TV, Carlos Ramalho, salienta que as novas tecnologias são decisivas para o desenvolvimento de um verdadeiro jornalismo de proximidade. “A internet, o cabo (e similares), e/ou as plataformas móveis, permitirão criar (ou simular) contextos de proximidade que não seriam possíveis de outra forma. Até o acesso aos sistemas de televisão tradicionais se simplifica com o recurso às novas tecnologias. Hoje vemos “diretos” para as televisões nacionais com recurso a ligações 3G/4G. Há muito pouco tempo implicava um carro de exteriores e uma ligação satélite. Com uma pen 4G é possível uma emissão em HD com razoável qualidade. Com um agregador (junta várias pens) pode obter-se uma excelente largura de banda para uma utilização broadcast. E num futuro próximo, a qualidade da rede 4G será garantia de boas emissões a custos muito reduzidos”. Carlos Ramalho dá como exemplo o facto de a Localvisão estar a preparar-se para ter um canal nas plataformas pagas de distribuição de TV, com os seus estúdios longe da capital, onde normalmente tudo se passa. “Os operadores (ZON, MEO, Vodafone, ...) estão todos em Lisboa e os nossos estúdios estarão centrados em Bragança. Um link direto Bragança-Lisboa permite descentralizar para um ponto distante, sem riscos, um elemento que seria impossível há poucos anos” (Carlos Ramalho). No entanto, como sustenta o diretor da Azores TV, Paulo Feliciano, na maioria das vezes, o avanço tecnológico não é acompanhado por condições de sustentabilidade, o que dificulta a prática de um jornalismo de qualidade. “Considero a atividade jornalística numa região tão importante, ou mais, do que a atividade religiosa para a saúde espiritual de um povo crente. O jornalista local é uma componente essencial na nossa sociedade de informação. Acho que a tecnologia desenvolveu-se já o suficiente para o permitir, só falta mesmo é criar modelos de sustentabilidade para esses projetos. No nosso caso, as maiores dificuldades têm sido: encontrar formas de financiar o projeto, encontrar pessoal qualificado localmente, e trabalhar num território dominado pela TV do Estado, que não aceita nem deixa outros projetos independentes desenvolver-se” (Azores TV). Por outro lado, o autor do blogue “Web TV em Portugal”, Nuno Fernandes, lembra que o avanço tecnológico no que respeita aos meios de produção tem de ser acompanhado

por um reforço da formação nestas redações de âmbito local e regional. Com efeito, uma viagem pelas Web TV portuguesas leva a concluir que a grande maioria dos conteúdos se inserem numa lógica de “jornalismo positivo”, cujo maior perigo passa por deixar fora de plano a função de “cão de guarda” da Democracia que qualquer jornalista deve ter sempre presente. “É essencial, cada vez mais, a adoção de novas tecnologias, porém depende claramente do órgão de comunicação social de proximidade e dos seus objetivos enquanto empresa e para que público se dirige. Fazer conteúdos audiovisuais, sem contexto, distribuídos de vez em quando, só porque a rádio vizinha ou o jornal concorrente o faz é um erro. Existem também questões relativas aos conteúdos televisivos se estes apenas transmitirem as inaugurações das obras dos Presidentes de Câmara, discursos, etc, não acompanhando os problemas das populações, as dificuldades, a oposição política, ou seja se só mostrarem o “bom” e omitindo o “mau”. Também é necessário abordar a formação técnica de quem faz este género de conteúdos. Uma peça audiovisual deve respeitar determinados parâmetros e seguir a Linguagem televisiva, embora possa ser pensada para a plataforma em que vai ser distribuída. Mas uma inauguração merece uma peça de 8 ou 9 minutos?” (Nuno Fernandes). Do mesmo modo, Pedro Braumann afirma-se “adepto” da época do “glocal” e considera que o jornalismo de proximidade tem uma relevância crescente na sociedade, e por isso deve haver uma atenção redobrada à forma como este evolui. “Eu diria que há espaço para um jornalismo de proximidade cada vez maior. A minha dúvida, neste momento, é se esse jornalismo tenderá fundamentalmente para um jornalismo de proximidade “de rua”, ou seja, o crime, o incêndio, etc., ou para um jornalismo de reflexão. Eu acho que tende muito mais para um de proximidade “de rua”, até porque, em muitos casos, a não qualificação profissional das pessoas, ou outros fatores, levam a que essa reflexão seja relativamente mais diminuta. Diria que o jornalismo local e regional conhece muito mais esse problema até do que o próprio jornalismo nacional que, por sua vez, também já tem cada vez mais esse tipo de problema”. Pedro Braumann realça ainda que as redações dos órgãos de comunicação social locais e regionais estão normalmente numa posição mais frágil para reagir às lógicas do jornalismo industrial, e ficam, regra geral, para último, no que toca a adotar novos paradigmas tecnológicos, devido à falta de poder económico.

“Também é verdade que, se olharmos para o modelo dos jornais nacionais, verificamos, em primeiro lugar, que a grande maioria das notícias é de agência – o que faz reduzir custos, mas torna os jornais todos muito parecidos – e, depois, que em Portugal se insiste talvez demasiado no jornalismo de opinião de não jornalistas. Não acredito muito que, em termos do jornalismo de proximidade, seja fácil ultrapassar este tipo de questões. E é também mais difícil para o jornalismo de proximidade, reagir com novos paradigmas tecnológicos quando as dificuldades económicas são, nalguns casos, de sustentação mínima” (Pedro Braumann). Neste âmbito, Feliciano Barreiras Duarte lembra que o novo contexto digital implica que o próprio papel dos jornalistas seja também redimensionado, com base em múltiplos desafios, e coloca uma série de questões: “será que vamos chegar ao ponto de termos como paradigma este novo jornalista que, como defende o Dr. Pinto Balsemão, tem que produzir a peça que dá para a televisão, para a rádio e para a revista? Que novos desafios vamos ter ao nível da deontologia e da regulação? Será que o modelo regulatório que temos em Portugal é o mais indicado para os próximos anos? (...) Há aqui muitas questões” (Feliciano Barreiras Duarte). Por outro lado, Sérgio Denicoli considera que é o próprio conceito de jornalismo que está a mudar com a digitalização, colocando-se a ênfase no cidadão, que é agora chamado a participar na própria produção da informação, e dando ao jornalismo de proximidade, através do reforço das redes, um novo ânimo. “O jornalismo hoje já é plenamente multimédia, em termos não apenas de produção, mas também de distribuição. A grande mudança é a separação do conteúdo da forma. A informação hoje pode ser desmontada pelos utilizadores e reorganizada de uma forma diferente para depois ser partilhada. O utilizador é o elemento novo no jornalismo, não apenas como um gatekeeper³⁵ que vai seleccionar e distribuir notícias para as suas redes, mas também como produtor de informação (...) O próprio conceito do que é jornalismo está sendo alterado.

³⁵ De acordo com Traquina (2002), entende-se por teoria do gatekeeper “o fluxo de notícias tem de passar por diversos gates, isto é, 'portões', que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o gatekeeper, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. Se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo portão; se não for, a sua progressão é impedida, o que significa a sua morte, porque significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação” (Traquina, 2002).

Há mais espaço para opinião e em muitos casos é a opinião de cidadãos comuns que conta mais. O jornalismo de viagens, por exemplo, foi praticamente substituído por sites onde os turistas emitem opiniões sobre os locais visitados, sobre hotéis, restaurantes, etc. E há outros nichos onde isso vem ocorrendo. Acredito que só vamos ter a noção exata de como a Internet alterou o jornalismo dentro de algumas décadas, e o jornalismo de proximidade certamente ganhará um novo fôlego com o crescimento do acesso às redes *online*. Aliás, eu não falaria de jornalismo de proximidade, mas em jornalismo de redes de afinidade, que podem incluir um espaço geográfico, mas que abrange uma enorme gama de interesses” (Sérgio Denicoli).

Por fim, o conjunto de 13 *stakeholders* que, na sua diversidade, deram pistas sobre a evolução do setor da televisão local e regional em Portugal, deixaram também algumas recomendações que podem ser úteis no processo de operacionalização do conceito de televisão de proximidade em Portugal.

A tarefa de identificar as condições de sucesso da televisão de proximidade em Portugal exige uma reflexão sobre aspetos como o modo e os custos de difusão de uma televisão local ou regional, os modelos de negócio possíveis, a regulamentação por trás de um projeto deste âmbito, entre outros fatores. A entrevista com o diretor do Centro de Estudos da RTP, Pedro Braumann, fornece algumas luzes neste aspeto. De acordo com Braumann, é essencial que, nesta altura, e perante a multiplicidade de “players” envolvidos nas decisões sobre o futuro do audiovisual português, que se faça uma reflexão sobre os modelos e alternativas possíveis em relação à televisão local e regional em Portugal, nas circunstâncias que a transição para o digital terrestre veio trazer, para se tomar depois uma decisão política, em consciência. De facto, à semelhança do que aconteceu noutros países da Europa, com destaque para o trabalho do Conselho Superior do Audiovisual francês (CSA), ou para o Ofcom (Reino Unido), falta em Portugal um estudo aprofundado que integre devidamente as questões relacionadas com o Mercado e com o interesse público. “Não só um estudo do Mercado de benchmarking internacional, mas também um estudo do Mercado nacional e das características desse Mercado. Curiosamente, a ERC fez um estudo sobre as rádios locais e a imprensa local e regional e nunca se preocupou com a questão da televisão, que é uma questão obviamente bastante relevante, até

porque neste momento, no caso dos jornais, está a haver claramente uma transição para novos modelos, nomeadamente *online*, etc.” (Pedro Braumann). É de salientar também a recomendação que o representante da RTP no conjunto destes *stakeholders* faz em relação ao papel do serviço público de televisão no processo de desenvolvimento da televisão de proximidade em Portugal. A sugestão de Pedro Braumann é que a RTP tenha uma função relevante no apoio à produção de conteúdos informativos para as televisões de proximidade. “Eu acho que um dos papéis mais importantes para o serviço público passa por criar uma rede ou fazer acordos com televisões regionais e locais, um pouco também à imagem do que já existe com a Madeira e com os Açores, para ser um apoio particularmente na área da informação (...) Qualquer modelo de televisão local ou regional deve ter uma componente relevante de informação local e regional. Isso deve ser uma componente importante nas obrigações desses canais, caso venham a existir, pois é o fator que justifica o interesse público da sua existência” (Pedro Braumann).

Por outro lado, no que toca especificamente ao modelo de negócio e modo de difusão da televisão de proximidade em Portugal, as recomendações foram diversas. Na opinião do diretor da Localvisão TV - que pode ser considerada um caso de sucesso no âmbito das Web TV de proximidade em Portugal, alcançando já a desejada transição para as plataformas pagas – as televisões locais e regionais em Portugal não podem, afinal, pertencer apenas a uma região. “O grande problema é que as televisões não têm capacidade de sobreviver numa região. Mesmo que avançassem com um multiplexer para as TVs locais e regionais, financeiramente não é possível sobreviver. Não é possível criar uma televisão para a região de Trás-os-Montes e ela subsistir só com Trás-os-Montes. Tem que ser um modelo nacional” (Carlos Ramalho). Por outro lado, a Associação Portuguesa de Radiodifusão, baseando-se na experiência com as rádios locais em Portugal, frisa que um dos principais cuidados a ter passa por diferenciar o contexto de um canal local ou regional do contexto dos canais de extensão nacional. “Tem que haver uma adaptação de custos e despesas de exploração à realidade. Estes têm que ser compatíveis com o que existe de facto, e não com o que a lei exige” (José Faustino). Para além disso, de acordo com a APR, deve ser atribuído às rádios locais um papel relevante neste processo, dando-lhes a hipótese de serem

pioneiros na criação de canais de proximidade. “Se as televisões de proximidade se desenvolverem, por via hertziana, e não forem as rádios os novos operadores de televisão, a televisão mata as rádios” (José Faustino). No âmbito das entrevistas aos *stakeholders* que mais acerrimamente defenderam que o futuro da televisão de proximidade deve passar, nesta altura, pela Web (Feliciano Barreiras Duarte; Pedro Coelho), há importantes recomendações a retirar. Para Feliciano Barreiras Duarte, um dos aspetos a ter mais em conta nesta altura, e na qual pode ter alguma responsabilidade, passa pela regulação das diversas experiências de Web TV que têm surgido em Portugal. De acordo com o Secretário de Estado com a tutela da Comunicação Social, a web é atualmente “um mundo maravilhoso” para o qual temos que cuidar de criar regras. “Este Governo está a fazer é um pacote político-legislativo para proceder a algumas alterações em muitos diplomas estruturantes da Comunicação Social portuguesa. E uma delas é tentar encontrar, com os operadores do setor, as melhores soluções para regular todo este mundo novo na internet sobre as televisões. Porque isto cria, nalguns aspetos, concorrências desleal, ao nível da publicidade e ao nível da própria deontologia” (Feliciano Barreiras Duarte). Já no ponto de vista de Pedro Coelho, há três pilares fundamentais para que a internet se possa impor e associar à televisão de proximidade: aumentar a penetração, a qualidade do acesso e, em simultâneo, a media literacia. “Eu acho que tem que se fazer um trabalho a montante que não está a ser feito. O Estado tem que se envolver. Ou seja, primeiro tem que apreender o que está verdadeiramente associado ao conceito de proximidade e a mais-valia que isso traz para as comunidades em desenvolvimento. Esse trabalho nunca foi feito (...) Há muita coisa para escavar. É preciso colocar a internet ao serviço da população. O conceito de proximidade precisa de uma efetivação. Se queremos avançar para a proximidade na televisão, no *online*, temos que fazer uma coisa que é aplicar o conceito ao meio. E nós não estamos a fazer esse trabalho” (Pedro Coelho).

Concluindo, parece consensual entre o conjunto de *stakeholders* entrevistados, que o tema do desenvolvimento da televisão de proximidade em Portugal suscita muitas questões para as quais ainda não há respostas. Este aspeto, reforçado pelo contexto de transformação do panorama tecnológico da televisão, sugere que o tema da televisão de proximidade em Portugal deve ser

verdadeiramente incluído na agenda política, debatido publicamente e estudado ao pormenor, à semelhança das boas práticas europeias que nos rodeiam.

CONCLUSÃO

Compreender o interesse e a pertinência do desenvolvimento de projetos de televisão de proximidade em Portugal, sob o impulso da nova paisagem digital, foi o principal objetivo desta investigação.

Entre telespetadores de todo o mundo, a televisão tradicional é cada vez mais vista como apenas uma entre várias opções para consumir conteúdos audiovisuais, sendo cada vez menos as fronteiras que separam a TV de dispositivos como os “smartphones”, os tablets ou o PC.

As novas tecnologias estão a transformar radicalmente quase todos os aspetos da forma como comunicamos (Pavlik, 1996). As novas configurações comunicacionais a que a televisão digital abre caminho - por via da interatividade - e a simplificação dos meios de produção e distribuição de televisão potenciam a criação de novos formatos e conteúdos, e completam cada vez mais a oferta audiovisual. Um dos principais benefícios do desenvolvimento tecnológico na área da televisão é a sua crescente capacidade para oferecer conteúdos e serviços adaptados aos públicos, de acordo com as suas especificidades. É disto prova a extensão das grelhas de serviços de programas, com o aumento do número de canais temáticos para todos os gostos, e principalmente, o desenvolvimento de novos serviços adaptados às mais diversas áreas de negócio, alargando o impacto da televisão a dimensões da experiência dos indivíduos como a Saúde ou a Educação.

Simultaneamente, um processo de “glocalização” reflete a crescente importância dada aos fóruns alternativos de comunicação, baseados na proximidade, e empenhados no reforço das identidades mais particulares. Em Portugal, apesar de não haver documentação sobre este aspeto, o número de Web TV de cariz local ou regional ascende a centenas, notando-se sobretudo diversidade entre os vários projetos *online*, mas também a pro-atividade de alguns grupos em avançar com a cobertura jornalística dos eventos a que os media nacionais não chegam. Ao mesmo tempo, o debate sobre a gestão eficaz do dividendo digital está na ordem do dia e a utilização deste recurso para a promoção de serviços de programas televisivos regionais e locais

constitui uma oportunidade histórica para que as televisões locais e regionais se desenvolvam em Portugal.

A revisão de literatura sobre o contexto europeu em termos de desenvolvimento da televisão de proximidade ajuda a compreender que a transição para a TDT impulsionou e, nalguns casos, revolucionou o panorama das televisões locais europeias. O caso francês, descrito no primeiro capítulo, pode fornecer um bom exemplo para Portugal nesta matéria, já que também este país teve de recuperar de um atraso de décadas no desenvolvimento da televisão local e regional, aproveitando o ímpeto da digitalização para superar essa lacuna.

Da mesma maneira, os resultados do inquérito *online* ao qual responderam 225 indivíduos permitiram compreender que a televisão local e regional em Portugal, seja no formato tradicional ou integrada no universo Web, tem um impacto muito diminuto no quotidiano dos indivíduos. Porém, os dados recolhidos permitem perceber que a televisão de proximidade é considerada útil e necessária em Portugal. Além disso, as expectativas dos cidadãos parecem ir ao encontro de uma televisão de proximidade cuidadosa com os conteúdos, que privilegie uma programação ligada à cultura e à participação na vida local, ao mesmo tempo que se nota que os indivíduos estão mais interessados em televisões de proximidade no formato tradicional, do que nos moldes de uma Web TV.

Este último aspeto destoa da perspetiva de alguns *stakeholders* entrevistados no âmbito desta investigação, no que toca ao futuro da televisão de proximidade em Portugal, já que um dos argumentos apontados como condições de sucesso para o desenvolvimento deste setor diz que o futuro da TV local e regional deve passar pela Web. As entrevistas com os *stakeholders* permitem compreender que existe ainda em Portugal uma grande indefinição no que respeita a um possível modelo de negócio a adotar para a televisão de proximidade, e que os diversos *players* no mercado audiovisual português não estão interessados em apostar nesta área. Uma das principais recomendações recolhidas no conjunto de entrevistas com os *stakeholders* liga-se precisamente à necessidade de um estudo aprofundado sobre as questões económicas, sociais e políticas em jogo no desenvolvimento da televisão de

proximidade em Portugal, seguido de uma consulta pública que abra este debate a todos os portugueses.

Com efeito, as perspetivas de desenvolvimento da televisão de proximidade em Portugal podem claramente ser ampliadas no contexto da digitalização, com o surgimento das novas plataformas de distribuição televisiva, a “janela” do dividendo digital e o carácter colaborativo da Web a favorecer as condições de operacionalização do conceito de televisão de proximidade neste país. No entanto, as condições tecnológicas não são suficientes para associar a função social dos media de proximidade à televisão e, como se pôde retirar das entrevistas a especialistas e académicos, existem ainda muitas questões por responder sobre esta matéria. É neste contexto que se revela essencial que, no futuro, se investigue aprofundadamente as condições de sucesso do desenvolvimento da televisão local e regional em Portugal, recolhendo as perspetivas da sociedade civil, a uma escala representativa, e das restantes partes interessadas neste processo. Esta investigação não poderá apenas avaliar as condições de mercado que contextualizam estas televisões, mas antes aliar os fatores de sustentabilidade económica aos de sustentabilidade social, para que se passe finalmente a encarar a televisão de proximidade como gérmen de desenvolvimento social, cultural e económico efetivo das localidades e regiões portuguesas.

BIBLIOGRAFIA

- AIMC. (2002). *AIMC presenta su tercer censo sobre televisiones locales*. Madrid.
- ANACOM. (2009). *Consulta Pública sobre o Dividendo Digital*. Disponível em http://www.anacom.pt/streaming/doc_consulta_vfinal.pdf?contentId=886461&field=ATTACHED_FILE
- Analysis Mason. (2009). *Report for the European Commission - Exploiting the digital dividend - a European approach*. Disponível em <http://www.analysismason.com/PageFiles/13825/Analysys%20Mason's%20final%20report%20'Exploiting%20the%20digital%20dividend%20-%20a%20European%20approach'%2020090814.pdf>
- Analysis Mason. (2010, Outubro). *Étude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d'une comparaison internationale*. Ministère de la Culture et de la Communication/Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA).
- Audipresse. (2011). *Résultats étude EPIQ vague janvier - décembre 2010*. Disponível em http://www.audipresse.fr/media/document/epiq2010/Dossier_presse_EPIQ_2010_Communique_&_Resultats.pdf
- Badillo Matos, Á. (2005). Políticas públicas del audiovisual y la desregulación de la televisión local por ondas en España (1980-2004). *Sphera Publica*, (005), 201–228.
- Barlovento Comunicación. (2011). *Barómetro TV - Análisis de la producción y distribución televisiva en España*. Madrid: Barlovento Comunicación.

- BBC. (20 de Maio de 2012). Acquisition of local content. Disponível em
http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/bbc_local_content_acquisition.pdf
- Boyon, M. (2003). *La télévision numérique terrestre - Rapport complémentaire établi à l'intention du Premier Ministre*. Disponível em
<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics//034000074/0000.pdf>
- Cádima, F. R. (2008). *A televisão digital e a cultura participativa*. Anuário Lusófono.
- Cádima, F. R. (2011). *A Televisão Digital e a Cultura Participativa*. Media XXI.
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade – Rituais de Comunicação na Imprensa Regional*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Castelló, J. M. (2012, Fevereiro). La crisis y los recortes de los ayuntamientos desmantelan el mapa de televisiones locales. *Levante-EMV*. Valencia.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society* (2ª ed., Vol. 1). Malden: Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2002). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Cintra Torres, E. (2011). *A Televisão e o Serviço Público* (Fundação Francisco Manuel dos Santos.). Relógio d'Água Editores.
- Cintra Torres, N. (2007, June 27). TV local larga e móvel. *Diário Económico*. Lisboa. Disponível em
<http://economico.sapo.pt/edicion/diarioeconomico/opinion/columnistas/pt/desarrollo/1010195.html>

- Coelho, P. (2005). *A TV de proximidade e os novos desafios do espaço público*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Costa I Badía, O. (1992). *Realidad y perspectivas de la televisión local*. Barcelona: Diputación.
- CSA. (2011). *Les chiffres clés de l'audiovisuel français*. Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.
- DCMS. (2011a). *A new framework for local TV in the UK*. Londres: Department for Culture, Media and Sport. Disponível em http://www.culture.gov.uk/images/consultations/Local-TV-Framework_July2011.pdf
- DCMS. (19 de Janeiro de 2011b). *Discurso do Secretário de Estado, Rt Hon. Jeremy Hunt MP*. Oxford Media Convention.
- DCMS. (10 de Maio de 2012). Application process for new local TV channel launched. *Department for Culture, Media and Sport*. Acedido a 29 de Junho de 2012, em http://www.culture.gov.uk/news/media_releases/9050.aspx
- Denicoli, S. (2011). *TV Digital. Sistemas, Conceitos e Tecnologias*. Coimbra: Grácio Editor/Universidade do Minho, CECS.
- Dominique, R. (21 de Outubro de 2010). *Communique / TV Locales : « les conditions de réussite existent »*. *TLSP - Union des Télévision Locales de Service Public*. Disponível em <http://www.tlsp.fr/communique-tv-locales-les-conditions-de-reussite-existent/>
- El País. (5 de Dezembro de 2011). *Gavà reestructura la televisión municipal, que solo emitirá por Internet*. Barcelona. Disponível em http://elpais.com/elpais/2011/12/05/actualidad/1323076631_850215.html

- El País. (22 de Janeiro de 2012). Internet, refugio de la televisión local. *El País*.
Barcelona. Disponible em
http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/01/22/catalunya/1327263174_295861.html
- Eurieult, E. (18 de Dezembro de 2006). Televisão local e TDT. Institut de
Recherche et d'Etudes en Droit de l'Information et de la Communication.
Disponível em <http://junon.u-3mrs.fr/u3ired01/Main%20docu/tv/chron-tntlocale.pdf>
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford: Stanford
University Press:
- Impulsa TDT. (2007, Maio). La TDT local y autonómica en España.
- Lane, A. (10 de Maio de 2012). Local TV UK: Ofcom invites 21 cities to run new
TV channels and national backbone. *RECOMBU*. Disponible em
http://recombu.com/digital/news/local-tv-uk-ofcom-invites-21-cities-to-run-new-tv-channels-and-national-backbone_M10422.html
- López Cantos, F. (2005). *La situación de la televisión local en España*.
Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- López Ruano, S., & Millán Paredes, T. (2003). Radio y Televisión en el ámbito
local. Presented at the II Congreso de Comunicación Local, Castellón de
la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Martín, J. F. (2008). *La televisión local en España: el modelo de negocio de
"Popular Televisi+on", (2002-2006)*. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE
MADRID, Madrid.

- Martínez Albertos, J. L. (1982). La televisión en España. Televisión Pública. Televisión Privada. Presented at the VI Jornadas de Estudio para antiguos alumnos, Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Matilla, A. G., Majó, C. M., Baena, J. F., & Tucho, F. (2006). Televisión comunitaria y televisión educativa: televisión de y para la sociedad civil. *Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada*, (140), 111–128.
- Médiamétrie. (7 de Julho de 2011). Estudo “TVs locais, Setembro 2010 - Junho 2011” - Audiências dos canais locais.
- Morales, C. (2009). TDT.com: el futuro de la televisión local pasa por la web. Universidad de Málaga.
- Mota, D. (2005). A televisão adiada: as políticas para a televisão regional e local em Portugal. *Revista Comunicação e Sociedade*, 7, 115–152.
- Observatório Europeu do Audiovisual. (2012). MAVISE: Database of TV companies and TV channels in the European Union and candidate countries.
- Ofcom. (2006). *Digital Local: Options for the future of local video content and interactive services*. Disponível em http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/reviews-investigations/psb-review/digital_local.pdf
- Ofcom. (2009). *Local and Regional Media in the UK*. Disponível em <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/tv-research/lrmuk.pdf>
- Ofcom. (10 de Maio de 2012). Ofcom invites applications for first 21 local TV channels. Acedido a 23 de Junho de 2012, em <http://media.ofcom.org.uk/2012/05/10/ofcom-invites-applications-for-first-21-local-tv-channels/>

- Oxbury Assets Ltd. (n.d.). UK Villages. *UK Villages - Local connections*.
Acedido a 2 de Julho de 2012, em <http://www.ukvillages.co.uk/>
- Pavlik, J. (1996). *New Media Technologies and the Information Highway* (Allyn e Bacon.). EUA.
- Plunkett, J. (16 de Abril de 2012). Manchester's Channel M closes after 12 years. *The Guardian*. Disponível em <http://www.guardian.co.uk/media/2012/apr/16/manchester-channel-m-closes>
- Prado, E., & Moragas, M. (1991). *Televisiónes locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- Quico, C. (2012). Digital TV switchover in Portugal: What is in it for the viewer? *International Journal of Digital Television*, 3(2), 163–179.
- Rebelo, C. T. (2011). TV Local, sociedade civil e cidadania: O caso português. Presented at the Congresso Nacional “Literacia, Media e Cidadania,” Braga, Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Ribeiro, L. (2007). *A Televisão Paga: Dinâmicas de Mercado em Portugal e na Europa*. Coleção Media XXI. Rés XXI/Formalpress.
- Rozados Oliva, M. J. (2001). *La televisión local por ondas*. Granada: Comares.
- Sequeira, Á., André, B., Quico, C., & Damásio, M. J. (2012). The potential of digital interactive television in the provision of healthcare and wellness services. *IAMCR 2012: South-North Conversations*. Presented at the IAMCR, Durban, África do Sul.

- Shott, N. (2010). *Commercially viable local television in the UK - A Review by Nicholas Shott for The Secretary of State for Culture, Olympics, Media and Sport*. Department for Culture, Olympics, Media and Sport.
- Sousa, J. P. (2002). *Comunicação regional e local na Europa Ocidental - Situação geral e os casos português e galego*. Universidade Fernando Pessoa, Porto. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.pdf>
- Taneja, H., Webster, J. G., Malthouse, E. C., & Ksiazek, T. B. (2012). Media consumption across platforms: Identifying user-defined repertoire. Presented at the International Communication Association, Phoenix, EUA.
- Traquina, N. (2002). *O que é Jornalismo*. Quimera.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- Vila, J. (21 de Novembro de 2005). Qué va a pasar con la televisión local? Disponível em http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2005/11/21/actualidad/1132565285_850215.html
- Wheeler, B. (13 de Dezembro de 2011). Could US-style local TV work in the UK? *BBC News*. Birmingham, Alabama. Disponível em <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-15975413>

ANEXOS


ANEXO 1

Figura 1: Grelha de programas do canal TV 8 Mont-Blanc, em França.

| | |
|-------|---|
| 07:00 | ⌚ 07:00 - 07:30 |
| | La Place du Village - Rencontres dans la vallée des Ormonts |
| 08:00 | ⌚ 07:30 - 08:30 |
| | Agglo - Transport et mobilité |
| 09:00 | ⌚ 08:30 - 09:30 |
| | Agora - Le Cinéma en Rhône-Alpes |
| 10:00 | 📺 ⌚ 09:30 - 11:00 |
| | Tek TV Shop - Téléachat |
| 11:00 | ⌚ 11:00 - 11:30 |
| | Sport Mag |
| | ⌚ 11:30 - 12:00 |
| 12:00 | Altitude |
| | ⌚ 12:00 - 12:30 |
| | La Place du Village - Rencontres dans la vallée des Ormonts |
| 13:00 | ⌚ 12:30 - 13:00 |
| | Cuisinez Moi - Tomme Légère au beaufort |
| | ⌚ 13:00 - 14:00 |
| 14:00 | JOJ 2012 - Résumé de la journée |
| | 📺 ⌚ 14:00 - 14:30 |
| | Tek TV Shop - Téléachat |
| 15:00 | ⌚ 14:30 - 15:30 |
| | Transalp |
| | ⌚ 15:30 - 16:00 |
| | Ski Report - le magazine de la coupe du monde de ski Alpin |

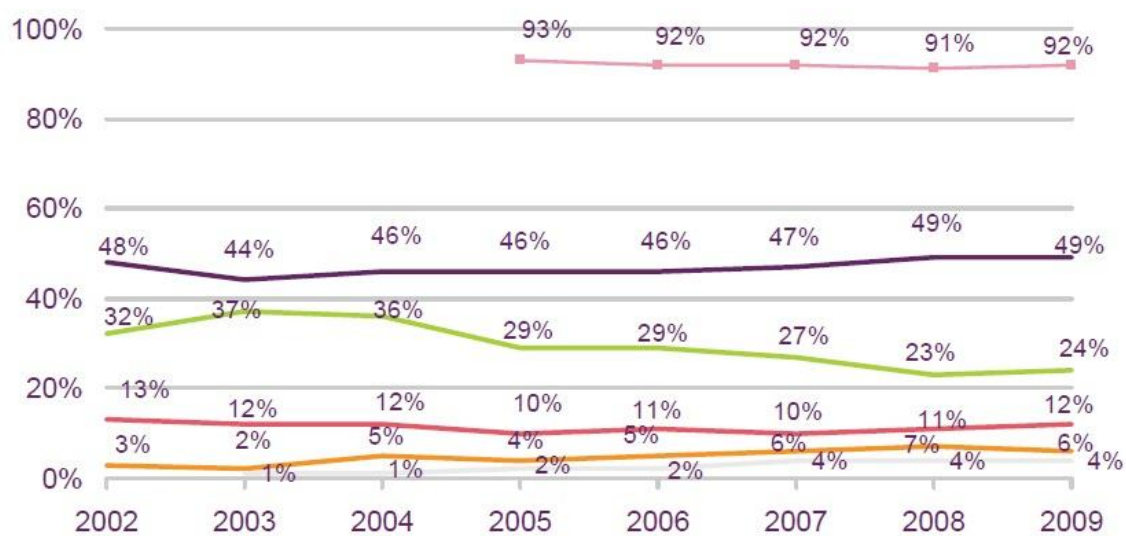
ANEXO 2

Figura 2 Descrição dos programas do canal TV 8 Mont-Blanc, em França

| | |
|---|--|
|  | Montagne et Tourisme : Outdoor Sports // Le JT montagne // Tourisme en Pays de Savoie // La Grande Odyssée // Rhône-Alpes rendez-vous |
|  | Nature et Environnement : La Place du Village // La Grande Place du Village // Au fil de l'Arve, au fil de l'eau // Un geste pour l'environnement |
|  | Information locale : Tv8 Infos // Météo // 7 jours en 1 heure // Alpéco |
|  | Débats et société : Le grand 8 // Horizon BTP // Perspectives // Pulsations // Atout Handicap // Entre les lignes // Agora |
|  | Loisirs et art de vivre : C à VOIR! // Cuisinez-moi ! // Tek TV Shop |
|  | Divertissements : Top Accordéon // Au spectacle ce soir // Bienvenue sur scène // Coups de crayon // Kinoa |

ANEXO 3

Gráfico 1: Evolução da principal fonte de notícias e informação local no Reino Unido



Fonte: “*Mídia regionais e locais no Reino Unido*”, Ofcom (2009).

ANEXO 4

Entrevistas com *stakeholders* na íntegra

Entrevista com Alberto Arons de Carvalho (ERC)

1 de Agosto de 2012

O professor estava a introduzir o tema das Web TV...

Pois, porque a maior parte não são webtvs, a maior parte...Sabe aquela distinção entre o que é uma televisão e o que não é, os serviços a pedido. A maior parte das webtvs usam a designação TV para fugir, para fingir que são televisão e na prática não o são. Nós aliás temos aqui na ERC, aliás aqui na ERC só as televisões propriamente ditas é que precisam de registo. E tem havido de vez em quando aqui trabalhos com vista um pouco a deslindar, a fazer essa diferenciação, a perceber o número de canais que existem de facto, porque é no domínio das webtvs, das falsas webtvs que neste momento há um desenvolvimento muito grande na área das sub-categorias de televisão aqui num contexto mais vasto da televisão local e regional, ainda que haja hoje espaço no quadro da TDT, haveria espaço com os mux's não atribuídos, para a televisão local e regional. Portanto há aqui uma questão que já deve ter visto. Os dois obstáculos são o técnico, a questão do espectro, é um obstáculo ainda de vontade política, quer dizer não é um obstáculo técnico, é mais um obstáculo político. Ou seja, não há interesse nenhum por parte dos atuais operadores de televisão em que se utilize mais do que o multiplexer A, porque a concorrência num espaço limitado com a crise do mercado publicitário, um conjunto de canais de televisão em concorrência neste momento, seria tremendo para a SIC e a TVI e portanto eles têm feito uma grande pressão para que se restrinja a TDT ao MUX A.

Porque é que eles olham para as TVs locais e regionais como um concorrente?

É mais fácil serem eles a responder, mas eu estou convencido que eles olham para tudo o que não seja o seu próprio perfil como concorrentes porque a soma desses canais todos acabaria por ser alguma coisa mais no mercado publicitário. É claro que há um outro mercado, mas um ponto interessante que eu estive a pensar, em relação à sua tese, é olhar para trás no domínio das rádios, porque as rádios têm uma evolução muito curiosa. As rádios começaram por ser um projeto genuinamente local, com um grau de concentração praticamente inexistente, com uma ligação muito grande às comunidades locais e a evolução que tem havido, quer via administrativa, quer motivada por razões económicas, vai no sentido da substituição do projeto local por redes de rádios produzidas já não apenas num local. A lei da rádio, na última alteração, já permite que haja rádios locais que não sejam produzidas no local, que no local haja apenas um retransmissor. Eu fiz há tempos um artigo sobre a questão da evolução das rádios locais, foi no Público, sobre como elas

apareceram e como elas são hoje. O desaparecimento da rádio genuinamente local, a sua substituição por redes de rádios sem ligação às comunidades locais, sem jornalistas, sem informação própria, isso hoje é permitido pela lei, o que me diz o José Faustino e a Sandra Reis (Associação Portuguesa de Radiodifusão) é que a lei limita-se a testemunhar, a espelhar as dificuldades. Ou seja, não é possível, as rádios já não têm hoje em dia jornalistas, porque passaram de generalistas a temáticas, grande parte delas. Não precisam de ter. Os jornalistas que existem estão concentrados em Lisboa e fazem trabalhos para várias rádios do país. Portanto, a rádio local com uma ligação às comunidades locais, com pessoas a trabalhar lá com sede aberta num sítio, estão a desaparecer e o que o José Faustino (APR) me diz é isto: erros do poder político ao legislar, isto é, a evolução económica, os mercados publicitários locais e regionais são muito escassos. Portanto, a tendência é, se não houvesse essa associação, essa concentração de rádios na mão de um proprietário, seja ele a Media Capital ou outro, e a sua deslocalização para grandes cidades, as rádios fechavam. E, de facto, aqui na ERC o que temos visto, semana após semana, são pedidos de rádios a mandarem-nos um registo temático, pedidos de rádios, rádios a desaparecerem, a pedirem para ser vendidos a esta ou aquela entidade, isso teve uma evolução na rádio. Ora, a televisão pode ter uma evolução paralela, tanto mais que em 1º lugar os meios exigíveis para um canal de televisão são mais exigentes que para um canal de rádio, portanto é mais caro. Os mercados publicitários locais terão mais apetite e mais interesse pela televisão do que pela rádio, mas também estão fortemente limitados e portanto, a questão que se coloca... Eu tenho um grande cepticismo também em relação ao incremento da televisão local ou regional. Ainda por cima, em Portugal... Quer dizer, se olhássemos para Espanha víamos uma vontade política e uma componente regionalista muito importante, desde logo até pela língua, o catalão, o basco...

Têm tantas identidades diferentes...

Exatamente. Ora, em Portugal isso não existe. E portanto a televisão local e regional não terá assim uma grande vontade política, tem o obstáculo dos operadores privados instalados no terreno, não tem um mercado publicitário muito dinamizado, suficiente, e portanto o que tem aparecido são falsas televisões locais, são as webtv's que na prática são, algumas delas, associadas a autarquias ... Portanto, eu tenho um grande ceticismo sobre a verdadeira televisão local e regional. Não significa que não haja 10.16 que não são propriamente televisão porque são serviços a pedido. É abusivo, utilizam o termo televisão porque é mais chamativo, é mais apelativo, tem mais impacto e depois não sei até que ponto os muxes B a F, quer dizer, não vejo no poder político uma grande vontade de abrir esses muxes. Os operadores privados não estão nada interessados nisso, embora eu ache que a TVI, quando houver o alargamento da oferta da televisão, o que vai tentar é colocar na oferta

televisiva digital terrestre os canais temáticos. Eles não o fizeram até agora porque, ao fazerem isso, deixam de receber dinheiro da ZON e do MEO que lhes pagam pela distribuição. Mas, apesar de tudo, é preferível perderem esse dinheiro do que terem um afluxo de novos concorrentes, de novos operadores. Isso é que é dramático para eles e eu percebo. Percebo porque nós estamos a falar apenas em mais concorrência, estamos a falar de que quanto mais canais houver no Mercado, pior é a qualidade do conteúdo, ou seja, se a SIC e a TVI estiverem numa situação económica terrível, inevitavelmente comprarão conteúdos piores, despedirão pessoas, o produto televisivo vai ser pior. E, por isso, tenho algum ceticismo sobre o alargamento do mux. Sou completamente contra a privatização da RTP. Acho um disparate total, uma coisa absurda que vai colocar a RTP num dilema da qual ela não consegue sair que é: o novo canal fica mais próximo do 1 ou mais próximo do 2? Se fica mais próximo do 1, significa que os programas para minorias, o programa mais diferenciador, com vocação cultural desaparecem. Se fica mais próximo do 2 deixa de ter o papel regulador, deixa de ter impacto, desaparece por efeito o serviço público e as pessoas amanhã perguntam se estamos a gastar não sei quantos milhões para um canal que é visto por 3% das pessoas como nos Estados Unidos . Não faz sentido.

Tem algumas ideias sobre o que é que poderia ajudar a reduzir essas barreiras?

Eu acho que é inevitável. Eu creio que era interessante que houvesse televisão, não direi regional e local, tanto mais que, como há bocado sublinhava, o mercado publicitário não é totalmente concorrencial com o mercado publicitário nacional. É um mercado publicitário local. Curiosamente isso não se passou na rádio mas poder-se-á passar na televisão. Quando as rádios apareceram foram muito poucos os jornais que, quer dizer as sinergias entre os jornais e rádios que poderiam ser uma coisa favorável, que poderia aproveitar jornalistas, aproveitar imóveis, infra-estruturas, pessoal administrativo... Isso foi muito pouco em Portugal e a maior parte das rádios foram projectos fora dos jornais. No caso da televisão, até pode não ser assim. Pode haver aqui interesse por parte dos jornais ou da radio em também investirem no domínio televisivo e isso permitiria um desenvolvimento mais fácil desses operadores desses canais e permitia sinergias, poupanças, um impacto mais forte do domínio comercial nas populações, no domínio social. Depois, eu não sei, há um outro aspecto que me suscita alguma perplexidade – a lei da rádio tinha até à última revisão, uma proibição das autarquias financiarem os projectos de rádio. Isso desapareceu na última revisão da lei. Apesar disso, são muito poucas as camaras municipais que apoiam as rádios. Na altura em que estava no Governo, lembro-me até que havia uma grande oposição a essa eventualidade de as câmaras apoiarem a rádio, porque havia o medo que as câmaras ao apoiarem, tomassem conta das rádios. Eu, na altura, até propus,

mas isso nunca foi aprovado no Parlamento, não tinha maioria para isso, que era, os apoios tinham que ser aprovados pela Assembleia Municipal por maioria qualificada de 2/3 e publicitados. Não era a câmara, era a Assembleia Municipal, por 2/3, e era obrigatório difundir isso como forma de incentivo. Tornaria mais transparente a situação. Isso nunca foi aprovado, mas neste momento já não há lucro nenhum. Eu creio que até por engano do Parlamento. Creio que, por lapso da Lei da Radio, as pessoas esqueceram-se de lá incluir as autarquias. Não sei se na Lei da Televisão, não me recordo bem se existe alguma limitação, posso ver ... Suponho que na Lei da Televisão não há nenhum impedimento ao financiamento da ... Não pode ser exercida, mas pode ser financiada. E, lá está, eu percebo que não haja um financiamento de executivos camarários, mas poderia haver uma exigência de maioria qualificada que implicaria um consenso supra partidário, mais forma de controle, independência dos ... da televisão face ao poder das câmaras.

Portugal tem o ligeiro atraso, em termos europeus, no que toca ao desenvolvimento de televisões locais e regionais...

Eu não sou categórico a dizer isso porque não sei, quer dizer, a Espanha tem imensos canais regionais e locais e outros países europeus também têm muitos canais de televisão locais. Agora não tenho uma visão muito detalhada do resto da Europa. Em todos os países existem canais de televisão, mesmo televisão, não de falsas TVs. Não estou em condições de dizer que Portugal está singularmente atrasado. Isso tem a ver com os temas que temos visto, com a fragilidade do mercado comercial e o entusiasmo das rádios locais, o aparecimento das rádios locais foi um fenómeno muito interessante porque foi um fenómeno muito genuíno. As rádios locais impuseram-se ao poder político. Nos anos 80, às tantas, havia 300, 400. Na questão da televisão é diferente, ou seja, a lei já tem uma janela para as televisões locais, já as prevê. É claro que podem existir através do cabo e da ADSL e da IPTV, mas a verdade é que não aparecem projetos. É claro que o cabo, as redes de cabo, a Zon, não tem limitações nenhuma, nem a Zon nem a IPTV, podem lá pôr o que entenderem. Mas não há aparentemente o entusiasmo e o interesse das pessoas em participarem e em terem canais de televisão. Não é evidente, as perspetivas de receita são muito limitadas. Onde é que estão os *players*? As pessoas com vontade de serem eles a assumirem esse risco? Conheço mal. O que está mais próximo de mim é a Saloia TV, que é ao pé de Mafra. Mesmo isso não tem grande sucesso. Na televisão passa-se o mesmo que se está a passar na radio, é a associação, as cadeias, a transmissão em conjunto, etc. É um modelo possível. Estou convencido que é mais fácil televisões optimizarem programas em conjunto com programas de vocação local. Agora, no quadro atual, com a crise económica, com a crise do mercado publicitário, os valores do mercado publicitário desceram terrivelmente também na televisão. Os números de 2011 vão para 2012 são equiparadas aos de 2001 e portanto não

vejo grande vontade nesta fase de crise económica profunda de investir e arriscar nessa matéria.

Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

Acho que oportunidades existem, a acessibilidade técnica e também económica, apesar de tudo, propiciam a emergência de conteúdos, de novas situações. Portanto o fazer televisão hoje é muito mais barato e isso significa que há mais oportunidades. E ao haver mais probabilidade de operadores, há também mais possibilidade de esses operadores terem informação, terem conteúdos informativos, e haver jornalistas. Embora, lá está, uma das coisas que eu tenho sentido aqui nos últimos meses (2 ou 3 meses) são rádios locais a passarem de generalistas para temáticos. E qual é o objetivo? É que nos generalistas são obrigados a fazer três noticiários por dia, nos temáticos musicais a lei obriga-os apenas a ter uma componente informativa local. Nós até perante essa vaga de pedidos de mudança, decidimos aqui na ERC, há um mês, estudar, quer dizer, fazer uma diretiva, uma recomendação digamos, ao setor, para densificar o que é, porque a Lei da Rádio tem aqui uma designação que é relativamente vaga. Havia uma questão das temáticas terem obrigações informativas, e portanto nós decidimos aqui, tendo em conta isso, densificar, ou seja, definir o que é que se entende por obrigações desta natureza. Estamos conscientes que essa transição de generalistas para temática musical é precisamente para fugir à obrigação das notícias. Ter um gira-discos com música é muito mais barato. Eu direi que se não houver obrigações informativas, a rádio não serve para nada. A questão está no justo equilíbrio e isso é muito complicado. Está aqui, é no artigo 26, a salvaguarda de uma componente informativa de caráter local. Agora isto aplicado à televisão, lá está, eu penso que a evolução da rádio em Portugal, nos últimos anos, pode trazer dados relevantes para quem queira programar e definir o quadro jurídico, o quadro do futuro, em relação à televisão local e regional. Há rádio tipo supramunicipais a bem dizer, não há, as rádios têm uma base concelhia, mas muitas vezes preocupam-se em abranger uma área mais vasta. Não há rádios, nem o poder legislativo assim o quis, regionais, uma rádio para o Algarve, uma rádio para o Alentejo, rádio para o Douro, etc. Isso não existe. São mesmo locais. O quadro televisivo provavelmente tenderá a reproduzir este cenário, ou seja, numa lógica supra municipal, com uma base concelhia, agora a evolução natural das televisões locais, quando elas existirem, e portanto essa tendência, penso que existirá.

Quais devem então ser os cuidados a regular?

Tentar harmonizar o direito à informação das pessoas. Informação significa terem uma componente genuinamente local, com a viabilidade económica dos

projectos. É muito fácil dizer, mas onde é que está o ponto de equilíbrio necessário? Para o legislador é muito complexo, é muito difícil. Mas de qualquer forma, perante o panorama económico, não vejo uma proliferação de televisões locais. Com as facilidades que a tecnologia hoje permite, vejo mais as webtv's. Depois, até mesmo o próprio serviço público está a dar exemplos em sinal contrário. Ou seja, a RTP já teve, em tempos, uma programação descentralizada. Tinha um noticiário que era às seis da tarde, penso eu, há 10, 15 anos, a partir de vários centros que desapareceu a partir do princípio de 2002, 2003. Agora é a própria RTP que está a fazer o mesmo, ou seja, 13h15 e as 14h00 ainda estava a ter uma informação regional, ou seja, um noticiário de Lisboa, um noticiário diferente para Algarve, Coimbra e mesmo isso acabou de ser solicitado à ERC que desaparecesse. São alguns sinais de fragilidade do próprio serviço público, que tem limitações grandes, mas se não é o serviço público a fazer isso, como é que se pode pedir aos privados que o façam? Não estou a dizer com isto que a RTP deva ter conteúdos locais ou emissores locais, mas penso que, tal como tem um canal por regiões autónomas, para a Madeira, poderia ter uma programação, tal como a Lusa. A Lusa tem correspondentes em vários pontos do mundo e do continente. Isso não é lucrativo, é uma obrigação de serviço público, como parte do direito à informação das pessoas. Não se pode exigir a uma rádio local que tenha a mesma coisa. Ou a uma televisão local que tenha... Agora, há essa obrigação de harmonizar, que é muito difícil entre o Direito à informação das pessoas e a viabilidade económica. No quadro atual é muito complexa.

Pelo que percebi, o professor acredita mais que o futuro deste setor passe pela web...

Sim, enquanto a crise económica existir. Agora, eu não creio que o limite deva ser o espaço radioelétrico, ou seja, eu sou favorável a que não se restrinja a TDT a um multiplex. Penso que o resultado seria, nem que sejam canais em alta definição dos operadores atuais, os canais temáticos dos operadores atuais, a oferta, por muito que isso desagrade à ZON e à MEO que ficam com um concorrente mais forte, eu creio que a oferta da TDT *devia* ser mais alargada e eventualmente, uma vez que o espaço radioelétrico o permite. O espaço radioelétrico hoje não é um obstáculo à *angariação/criação* de novos operadores. O que me parece ser actualmente o obstáculo é a publicidade. Porque eu creio que, digamos, se houvesse uma pressão... As pessoas neste momento vão para webtv porquê? Porque provavelmente é muito mais barato fazer uma boa webtv do que ter uma programação em contínuo. Eles poem lá conteúdos quando podem, não têm as mesmas obrigações. Se houvesse um conjunto muito vasto de empresas a dizer: - nós queremos um espaço para emitir uma televisão local, mesmo televisão no espaço radioelétrico, creio que o poder político tinha obrigação, mas não há essa pressão. Não aparece ninguém a dizer eu queria fazer uma televisão local. Não se pode dizer que

estejamos impedidos de ver televisão local porque ela pode existir através da web. Também há institucionais, das câmaras municipais, a partir do momento em que há webtvs das câmaras, mesmo que não tenha publicidade, mesmo tendo alguma, fica mais limitado o campo para a iniciativa privada.

Quais são as condições de sucesso para o desenvolvimento da televisão de proximidade em Portugal?

Condições económicas. Também tem a ver com o poder político, mas eu acho que o poder político é mais flexível, pode ir atrás de uma ânsia de participação, tanto mais que existe possibilidade de espectro na televisão digital, pelo menos teoricamente. A oferta de novos operadores até dos próprios canais temáticos ou novos canais, enfim. Eu acho que é sobretudo uma questão económica e depois disso também é uma questão político-jurídica, ou seja, a lei não incluiu ainda, quer dizer, o poder político não estabeleceu ainda um alargamento do multiplexer, ou a inclusão de um multiplexer. Enfim, vamos supor que amanhã o governo diria que vai haver um multiplexer C ou coisas assim dedicado a televisão regional e local. Quem quiser apareça. É possível que aparecessem alguns, insensatos (...). Uma coisa que em Portugal teve interesse também no fenómeno das rádios foi na altura em que as rádios apareceram. Logo no 1º concurso, em 1989, o Litoral do país ficou completamente cheio e havia concelhos como, por exemplo, Lisboa, que tinha seis e apareceram 16 candidatos, o Porto tinha 5, acho que apareceram 15, noutras localidades do Litoral, quer dizer, não houve espaço que ficasse por preencher. Em contrapartida, houve distritos quase inteiramente sem candidatos. Ou seja, um país de Litoral desenvolvido, com participação social, e o Interior mais desmotivado, com menos viabilidade económica, etc. Na televisão, seria a mesma coisa. E em contrapartida, ao mesmo tempo, também a webtv, quer dizer, quem são as pessoas que circulam na web? São as pessoas mais motivadas, com maior interesse, mais apetrechadas, mais jovens. A ERC em matéria de webtvs não tem nada. Não há ninguém que tenha. Em relação aos conteúdos, nós não temos, não são considerados órgão de comunicação social. E, como tal, nós estamos excluídos dessa apreciação. É possível que tenha que haver. Se isso for um fenómeno que ganhe alguma dimensão, alguém tem que ter. Evidente que se houver alguma difamação qualquer, não é pela ERC não ter competência que o tribunal deixa de a ter. Agora, em matéria de direito de resposta e essas coisas todas, não existe. Não se aplica. Por analogia, um tribunal pode decidir, mas nós não temos competência para isso. A ANACOM também não tem competência sobre conteúdos, portanto fica fora da alçada das entidades reguladoras.

Entrevista com Carlos Ramalho – diretor da Localvisão TV

24 de Julho de 2012

1. Como avalia a evolução da televisão local e regional em Portugal?

A evolução tem-se dado em dois níveis. Pela negativa se atentarmos à redução ou extinção de delegações dos operadores nacionais de televisão. Pela positiva se avaliarmos pela quantidade de projetos de web tv que surgiram nos últimos anos. O fenómeno Youtube vulgarizou o vídeo enquanto elemento de comunicação. Indiscutivelmente, o vídeo digital permitiu um acesso facilitado - muitas vezes até em excesso - à produção de conteúdos audiovisuais (distingui-los-ia de conteúdos televisivos) de proximidade. Alguns com alguma qualidade, outros sofríveis, como qualquer tecnologia na fase de maturação.

No entanto, se fizermos o balanço de quantos projetos se mantiveram nos últimos cinco anos, vemos que a evolução foi pouco relevante. Grande número de projetos lançados e quase o mesmo número de projetos abandonados.

A tecnologia de difusão – rede de internet – também tem vindo a melhorar e, nesse particular, vai facilitar a busca de conteúdos online. Era um obstáculo há algum tempo atrás. Hoje, na maior parte do território, já não representa um problema.

2. Quais os principais obstáculos ou barreiras ao desenvolvimento da TV local e regional em Portugal?

São vários, mas o principal é de longe o financiamento. Um projeto regional de televisão em broadcast não é sustentável por uma região.

Veja-se o exemplo do Porto Canal. Andou aos zig zag até se transformar num canal desportivo com entretenimento. Não é mais do que isso. A componente desportiva tenderá para um peso crescente no futuro. A legislação e a tecnologia não são um entrave. No entanto, as web tv ainda não são uma opção real. O consumo de televisão tem aumentado. As tecnologias interativas também. Mas o consumo ainda recai essencialmente sobre a televisão linear. As web têm de ganhar espaço no ambiente temático, mas a notoriedade ainda é muito maior na televisão linear.

A nossa aposta no linear -com a criação do canal por cabo - e de forma a contornar as dificuldades que enumerei, assume a forma de “somatório” de regiões. De outra forma seria insustentável economicamente. Ainda assim, face à situação que se vive, a dificuldade de instalar um projeto desta natureza é enorme. A web não é ainda levada totalmente a sério, pelo menos quando comparada com o linear, e os proveitos obtidos através da internet são ridículos face aos custos. Muito difícil criar e manter um projeto a sério exclusivamente online.

3. Considera que o dividendo digital, ou seja, o espectro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, deve ser aproveitado para o desenvolvimento de serviços de televisão de proximidade? Porquê?

O modelo de TDT adotado impede a criação de canais locais/regionais. Não haverá mais essa possibilidade, pelo menos com as condições tecnológicas existentes. Foi uma pena, mas perdeu-se uma excelente oportunidade de diminuir as assimetrias existentes entre o litoral e o interior. Basta ver que em Bragança, Guarda, Castelo Branco, etc., estão disponíveis 42 canais via TDT, dos quais apenas 4 (!!!!!) portugueses. Apesar das dificuldades económicas que referi antes, seriam rentabilizáveis algumas frequências. Foi pena, muita pena.

4. Qual a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a

Televisão Digital Terrestre (TDT) e a IPTV, e da veiculação de conteúdos via móvel, no desenvolvimento de serviços de TV local e regional?

De alguma maneira já lhe respondi a esta questão. A TDT deixou de ser uma opção. Não havendo um distribuidor para a plataforma complementar da TDT (aquela cuja licença que a PT ganhou e devolveu) deixou de ter qualquer importância. Agravado ainda pelo facto das frequências terem sido vendidas para o “4G”. Foi o golpe fatal. Um desastre (para não dizer um crime) do ponto de vista da comunicação. As plataformas de IPTV, FTH/B, DTH/B e cabo são, de momento, para além da internet, as únicas a permitir a possibilidade de criar os serviços de proximidade. Nomeadamente as televisões regionais. Não tem havido, no entanto, grande abertura por parte dos operadores. Talvez porque os operadores existentes não evidenciem qualidade bastante, os distribuidores não têm estado muito recetivos. Nós próprios tivemos alguma dificuldade em conquistar a totalidade dos operadores de distribuição.

Face à inexistência de oferta em TDT, os operadores irão criar packs de acesso às plataformas pagas. Aliás, quer a PT (MEO), quer a ZON, já se aproveitaram do “apagão” para conquistar novos clientes.

As plataformas móveis levarão muito tempo até se afirmarem como alternativa. É um mercado muito restrito e servirá apenas de complemento para quem já está noutras plataformas. Na minha opinião, não obstante os bons exemplos que já surgiram, os utilizadores constituirão um grupo muito residual. Incluo-me neste grupo, pois vejo televisão em todas as plataformas. Mas não conheço mais ninguém que o faça.

5. Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

Tal como já apontei anteriormente, as novas tecnologias são essenciais ao desenvolvimento de um verdadeiro jornalismo de proximidade. A internet, o cabo (e similares), e/ou as plataformas móveis, permitirão criar (ou simular) contextos de proximidade que não seriam possíveis de outra forma.

Até o acesso aos sistemas de televisão tradicionais se simplifica com o recurso às novas tecnologias. Hoje vemos “diretos” para as televisões nacionais com recurso a ligações 3G/4G. Há muito pouco tempo implicava um carro de exteriores e uma ligação satélite.

Com uma pen 4G é possível uma emissão em HD com razoável qualidade. Com um agregador (junta várias pen's) pode obter-se uma excelente largura de banda para uma utilização broadcast. E num futuro próximo a qualidade da rede 4G será garantia de boas emissões a custos muito reduzidos.

Veja o caso da Localvisão. Os operadores (ZON, MEO, Vodafone, ...) estão todos em Lisboa e os nossos estúdios estarão centrados em Bragança. Um link direto Bragança-Lisboa permite descentralizar para um ponto distante, sem riscos, um elemento que seria impossível há poucos anos.

6. Gostaria de adicionar outros comentários ou recomendações relativos a este tema?

De momento, não me ocorre nada a acrescentar, mas estou disponível para outras anotações que entenda eu possa proporcionar.

(Entrevista presencial)

O que é que a criação de um canal Localvisão na televisão por cabo significa para o vosso projeto?

O canal é, no fundo, um culminar daquilo que temos vindo a fazer até hoje. Começámos pelo modelo online, criando uma plataforma em que tínhamos um canal por cada concelho e fomos desenvolvendo essa perspetiva, criando delegações regionais. Arrancámos em Bragança, passámos para a Guarda, Castelo Branco, depois fomos para a zona do Porto, Minho, depois abrimos no Algarve... E agora queremos ver se fechamos o país, abrindo mais três delegações, de maneira a que o país fique todo coberto com delegações. Posteriormente, fomos criando outras plataformas, nomeadamente arranjando alguns parceiros diferentes. O Sapo para nós é um parceiro muito importante, pela divulgação que tem. Sendo um portal de vídeos muito importante para nós, acabou por revelar-se extremamente interessante fazer a parceria com eles.

Foram vocês que foram à procura dessa parceria ou foi ao contrário?

Já nem lhe sei dizer. Penso que a parceria surgiu até no âmbito de um outro projeto que tínhamos ligado aos automóveis.

Mais tarde, fizemos uma parceria com a Zon e com a Vodafone, alojando conteúdos no *on-demand* que eles têm nas plataformas, funcionando como um aluguer de vídeo, sendo que as nossas peças são gratuitas, estão num espaço próprio, tanto na Vodafone como na Zon, e podem ser utilizados a qualquer momento, pelos utilizadores daquelas plataformas.

Mais tarde, e também por um desafio da Zon, (...) começámos a fornecer conteúdos para a Rede de Expressos. Portanto, os autocarros da Rede de Expressos foram dotados, não só de internet, como também de equipamento de televisão em circuito fechado e parte dos conteúdos que lá passam somos nós que produzimos. (...) A perspetiva é que possamos, mais tarde, georreferenciar os conteúdos e, consoante o autocarro se vai aproximando ou não de uma determinada localidade, ele possa exibir.

Começámos também a atualizar as plataformas de redes sociais. Nós temos 120 mil seguidores no Facebook, nas diversas páginas dos distritos. Depois de termos já connosco um conjunto de pessoas mais ao menos interessante, achámos que fazia todo o sentido, que era o momento ideal para avançarmos com um canal no cabo. Neste momento temos já acordo com todos os distribuidores. Quando arrancar, já arranca nas plataformas todas (Zon, Meo e por aí fora) e vai ser um canal único a nível nacional, embora a programação esteja dividida por regiões.

(...) A base é um canal linear, depois vamos usar a interatividade que o Meo já tem, com o Meo canal. Vamos criar uma conta para cada região do Meo canal. Temos já algumas a funcionar me teste. E a Zon vai também lançar alguma interatividade para os canais próprios, e aí também já haverá um espaço que permita essa interatividade.

Estava a dizer-me que já tinha uma quantidade considerável de seguidores e utilizadores...

Peso, peso essencialmente regional.

Como é que conseguem avaliar isso? É muito difícil a medição das audiências?

Nós temos alguns dados. Tudo o que é online consegue-se medir, nas visualizações, nas partilhas... No online, nós temos uma perspetiva real. Aquilo que é *on-demand* e está alojado na Zon e na Vodafone, também temos essa contagem cada vez que a peça é vista. Onde não temos dados é no corporate da Rede de Expressos e da notoriedade que as coisas acabam por ter. Mas, de

uma maneira geral, temos uma noção aproximada de qual é o número de pessoas que habitualmente segue. E varia muito. Sei lá, entre Bragança... Em Bragança nada começa sem que nós estejamos prontos. Se há um evento qualquer, as autoridades esperam pela Localvisão. Há outros em que somos um entre mais 15/20 órgãos de comunicação social que estão lá. Mas como temos tentado ter uma perspetiva positiva e de muita proximidade, na maior parte dos casos, somos o único ou quase o único órgão de comunicação social presente.

Como é que a equipa que tem trabalhado neste projeto é composta?

Com raras exceções, são todos profissionais a tempo inteiro. A equipa que está agora a crescer está fixada nas diversas delegações: Bragança tem seis pessoas, a Guarda tem quatro pessoas, Castelo Branco tem mais quatro... Essas pessoas fazem a cobertura dos eventos do distrito.

São jornalistas, não é?

Jornalistas, produtores de imagem... Penso que não temos nenhum que não seja licenciado em Comunicação Social ou Tecnologias Multimédia. E os jornalistas são quase todos jornalistas, os que não são têm já a carteira profissional. (...) São profissionais competentes.

O projeto iniciou-se a sério há quanto tempo?

Há quatro anos. Começámos a prepará-lo há cinco anos, mais ou menos em maio de 2007. Em outubro fizemos a primeira apresentação pública, ainda não tínhamos a plataforma pronta, nem tínhamos tudo pronto. Depois tivemos de fazer testes de largura de banda, da internet, etc. Em Julho de 2008, arrancámos efetivamente e a primeira apresentação oficial, digamos o arranque do projeto, foi em outubro de 2008.

Que meios é que tinham nessa altura e como é que tudo começou?

Nós não tínhamos nada. Arrancámos do zero com a ideia e tivemos que adquirir tudo ou fazer parcerias com entidades que tivessem... Sei lá, nós arrancámos em Bragança, com o cibercentro de Bragança. O cibercentro, que era uma entidade privada, embora constituída por entidades públicas, entre a Câmara Municipal, a Fundação RDP e a ANACOM, tinha criado uma associação para o desenvolvimento das tecnologias da comunicação e tinham imensos computadores. As pessoas iam lá trabalhar na internet, e por aí fora. Criaram um estúdio de multimédia e nós fomos inaugura-lo sete anos depois. Normalmente quando os projetos são pensados, dão-lhes um conjunto de valências que, muitas vezes, não são utilizadas. O caso de Bragança foi um deles: sete anos depois, as câmaras de filmar estavam nas caixas, o estúdio tinha os cabos desligados, e quando soubemos que existiam aquelas

infraestruturas lá propusemos uma parceria e conseguimos ter o espaço. Em Castelo Branco também.

Continuam a utilizar esse equipamento?

Não. Agora temos equipamento mais atualizado, que adquirimos nós. O cibercentro deixou de fazer sentido. E nós ficámos com as instalações, nos casos em que havia. De resto, nas outras delegações, adquirimos material para trabalhar.

Em termos de modelo de negócio, vão haver com certeza algumas mudanças... Gostaria que me dissesse como é que tem funcionado a Localvisão em termos de modelo de negócio, em termos de publicidade, etc., e como é que vai funcionar daqui para a frente.

Até aqui, foi um projeto que necessitou de um permanente investimento financeiro. A principal fonte de receitas é a venda de conteúdos, essencialmente a venda de conteúdos às autarquias. Portanto, aquilo que era a cobertura de eventos do ano nós preparávamos e vendíamos às autarquias para arquivo do município. E essa aquisição dessas peças, mediante protocolos, permitia encaixar dinheiro, não o suficiente para sobreviver, mas permitia pelo menos estarmos cada vez mais próximos desse objetivo. Esta conjuntura não ajudou nada. Com as autarquias temos problemas fortíssimos. Há autarquias que não nos pagam desde 2008. Mas, no início do ano, fazemos um protocolo, sabendo que eles no fim vão pedir-nos algumas peças. Então aceitamos também algumas indicações deles, no sentido de dizer quais são os eventos interessantes para eles, de maneira que pudéssemos facultar um arquivo interessante para que eles pudessem ficar dotado de um arquivo.

Normalmente, um dos grandes problemas destes órgãos de comunicação social de âmbito local – não só as televisões, mas também a rádio e a imprensa – é uma certa dependência das autoridades locais, que por vezes leva a algumas dificuldades em conseguir a independência em termos jornalísticos... Vocês sentiram, alguma vez, alguma pressão? Pressão para fazer determinados temas, por exemplo?

Em determinada altura, que conteúdos pudessem ser interessantes, havia um pedido do género: vamos estar em tal parte, para nós é interessante esse conteúdo. Tirando isso, para nós foi muito fácil. Nunca sentimos qualquer pressão de qualquer autarca, de qualquer partido. Estamos absolutamente à vontade. Também nunca molestámos nenhum autarca em momento algum, nem nenhum partido. Nós, quando o projeto nasce, nasce precisamente com o objetivo de ser positivo e de proximidade. Não é aquele jornalismo de investigação, em que andamos à procura dos buracos. Nós vemos o resto da estrada. Não falta quem veja o buraco, portanto, nós quisemo-nos demarcar. Não é só localmente, também em termos nacionais. Se eu disser que a TVI

abriu noticiários das 20h com imagens nossas, que para nós não seriam de nada... Um acidente de um avião, em que nós tínhamos imagens dentro do avião e fora do avião, porque a nossa jornalista estava dentro e eu estava fora... Até tínhamos o melhor dos dois mundos... Eu, as de dentro não as dei a ninguém e as de fora cedi à TVI que abriu o noticiário com elas. Para nós aquilo não era nada, era lixo. Acidentes não falta quem veja. Nós estamos sempre no resto dos dias.

O nosso estatuto editorial, mesmo agora para o cabo, assume que é informação positiva. Nada de broncas, acidentes, nem fogos...

Nem mesmo a discussão dos assuntos da vida cívica, dos locais, nas eleições, por exemplo?

Não sairíamos mais daí, são 308 concelhos. Se nós fossemos a ter um programa, só de debate, em cada concelho, estávamos tramados. Nós fizemos, em três concelhos que eram sede de distrito, debates políticos, na altura das eleições. Dois autarcas e um para as legislativas. E foi meramente para ensaiar e para confirmar que, de facto, aquele modelo não nos serve, não é para nós.

E porque é que não correu bem?

Não foi não correr bem. Foi desajustado. Ou seja, as pessoas que vão ver aquilo que nós produzimos, não vão à procura desse tipo de informação.

(...)

Nós, em dada altura, porque estamos com equipas locais, acabamos por ser parceiros de algumas entidades, nomeadamente a Lusa, por exemplo. Nós somos correspondentes nacionais da Lusa, fizemos cobertura das eleições legislativas para a Lusa, na Guarda. Foi a equipa do Porto que as fez. O 10 de Junho, que o ano passado foi em Castelo Branco, foi a nossa equipa de lá que fez a cobertura do 10 de Junho para a Lusa. Mas é muito raro e encomendado. Para nós, que interesse é que tem o 10 de Junho em Castelo Branco? É o que é que as pessoas de Castelo Branco sentem com o 10 de Junho lá. De resto, o que é que o presidente da República, por exemplo, está a dizer... Eles têm 10 televisões em direto, como é que nós conseguimos competir com eles? Aquilo eram camiões e camiões de equipamento para as emissões em direto das festividades do 10 de Junho... O que é que nós estávamos lá a fazer? Nada, não é para nós esse ambiente.

A vossa é mais uma lógica de *soft news*, certo?

Quando os jogadores da seleção nacional estiveram a estagiar na Covilhã a propósito do Mundial, os telejornais todos abriam com “Ronaldo come massa, o outro come palha, o outro não sei que mais”. E ninguém perguntava, de facto,

às pessoas da Covilhã o que é que significava para eles ter lá aquela cambada toda. Nós estávamos do outro lado, junto com as pessoas da Covilhã, a ver qual era o impacto que tinha. Se era interessante, se não era interessante. Não houve nenhuma participação nossa a nível da televisão. Não fomos tão pouco junto do campo ou dos jogadores. A nossa praia não é essa.

Em termos publicitários, como é que funciona o vosso modelo de negócio?

Quando nós criámos o primeiro portal, ele não tinha qualquer fonte de financiamento a não ser a venda de conteúdos às autarquias. E nós achámos que se produzíssemos 300 peças por ano numa autarquia e eles nos comprassem 100 e se todos comprassem parte daquilo que é interessante para eles guardarem, nós conseguíamos subsistir suficientemente bem para que não tivéssemos qualquer preocupação. Então, não pensámos em mais nada. Cada canal tinha um *player* próprio, completamente *clean*, não tinha um *banner*, tinha zero de publicidade, para que pudesse por exemplo estar a ser exibido em locais públicos. As autarquias exibiam num painel, à entrada da câmara e não estavam ali a apanhar a publicidade ao “talho do Zé António” ou ao “Continente”. Era um *player* institucional. Ao passarmos agora para um modelo em que é um canal na televisão, aí vamos passar também para o modelo tradicional de financiamento, com a publicidade. Claro que vamos à procura de um modelo que sirva na mesma as grandes marcas, não vamos pegar no “talho do sr. Francisco” (...) É publicidade de extensão nacional com infoglocal. Um exemplo, imagine o caso da Mercedes, que tem um spot publicitário que anda a passar na televisão, da carrinha classe E. Nós podemos nesse mesmo spot e passamo-lo igual, só que se ele passar no espaço que é dedicado à região de Trás-os-Montes, o concessionário de Trás-os-Montes vai aparecer (...) Esse tipo de segmentação da própria publicidade, que neste momento eles não conseguem fazer a não ser nas rádios ou nos jornais locais, o que não é a mesma coisa, eles só têm na televisão nacional. E nas televisões não conseguem trabalhar os concessionários. Nós vamos criar uma perspetiva em que eles têm uma janela aberta para cada uma das sete regiões. E depois tem também aquilo que significa a responsabilidade social das empresas. Eles podem também divulgá-las através da TV local, e mostrar tudo o que aquela região significa para eles em termos de responsabilidade social.

Para além de terem parcerias com entidades públicas como as autarquias, nunca procuraram subsídios estatais maiores?

Os únicos subsídios que pedimos foi para estágios profissionais, quando tivemos alguns jornalistas em estágio profissional.

Esses jornalistas provavelmente receberam remuneração nessa altura, por que é obrigatório, e continuaram convosco?

A maior parte ficou connosco. Os que não ficaram, metade não quiseram, por qualquer motivo, e a outra metade não tinha perfil.

Tiveram algum contacto com universidades? Algum protocolo?

Temos com várias. Aquela com que nós temos uma melhor ligação é a UBI. Cerca de 30% dos nossos colaboradores são provenientes da UBI. Não me pergunte porquê, mas encarámos bem com a universidade e com as pessoas.

Então, enquanto os estudantes ainda estão a fazer o curso...

Já sabem que a Localvisão existe, já estão a falar connosco, já nos conhecem. Vêm falar connosco e já conhecem a Localvisão tão bem como nós.

(...)

Nós nunca aproveitámos nada do que a universidade pudesse fazer connosco, a não ser o viveiro. Ou seja, eles próprios de alguma maneira irem sendo encaminhados e quando vêm eu costumo dizer “olhe esse vale a pena” ou “esse não perca tempo”.

(...)

Quais são as maiores dificuldades que tem tido até agora?

No início, tínhamos dificuldades que desapareceram entretanto. Como a largura de banda (estávamos a trabalhar sobre a internet), a falta de notoriedade... Existem milhares de projetos web, desses milhares, outros milhares desapareceram... Acabam por dar pouca credibilidade. Depois, tudo se chama televisão. Eu faço um site, ponho lá dois vídeos e chamo aquilo televisão...

Era importante para vocês que houvesse uma legislação mais precisa sobre o que é televisão e o que não é... O que é uma web TV...

Se uma pessoa quiser trabalhar nisto a sério, defende sempre uma legislação mais apertada. É quase um aspeto corporativo. Os médicos querem que isto seja mais apertado precisamente por eles serem poucos. É a mesma coisa. Para nós, do ponto de vista corporativo, gostávamos muito, porque isso traria benefícios para aqueles que trabalham a sério. Nós trabalhamos com uma visão nos mesmos moldes que, com outro equipamento, qualquer uma das outras televisões tradicionais trabalham. Porque para fazermos as peças com o mesmo rigor... Ser web ou não ser web é apenas a forma como ela lá chega... Do ponto de vista linear ou não linear... Mas nós tínhamos um alinhamento diário para cada um dos 308 canais e levamos isto muito a sério. As peças são recortadas, as peças são revistas... O que é que isso acarreta? É que, quando nós estamos a ser catalogados no mesmo formato que os putos que saem da universidade e põem ali slides e fazem uns vídeos com os telemóveis,

independentemente da qualidade da imagem, o que se diz é que é uma televisão na net. Se vamos falar com alguém, seja uma entidade pública ou privada, e nos colocamos no online estragamos tudo. Vou dar um exemplo: quando quisemos fazer a apresentação da delegação do Algarve, a vereadora com quem eu tinha falado e a quem pedi para cederem o espaço para a apresentação pública, toda entusiasmada porque iam ter uma televisão lá, perguntou: “mas vai passar em qual plataforma? Na Meo, na Zon...?”

Portanto, admitindo que este distanciamento das pessoas, que gostam de ver, gostam de partilhar os vídeos, mas não levam tão a sério como na televisão. Se eu lhes disser assim: isto vai passar no canal três mil não sei de onde, que ninguém vê, mas é na televisão, as pessoas ficam todas felizes porque é na televisão. E eu mostro-lhes que no online é visto por dez vezes mais pessoas ou cem vezes mais pessoas, é diferente, pode pegar nisto e colocar, faz um mail, faz isto, faz aquilo, tem a possibilidade de toda a gente estar a partilhar esta informação... Epá mas é online. Essa foi a grande dificuldade. E isso depois prende-se com o quê? Logo a seguir tem a parte financeira... Se todos estão interessados na televisão, se a televisão vale o que vale, então é mais fácil arranjar dinheiro para televisão do que arranjar dinheiro para o online, independentemente do custo ser o mesmo. Se me perguntar qual é a diferença de custos entre fazer um canal no cabo ou fazer um canal na web, para nós é o mesmo. Tem o custo da grelha e de como ela se organiza. Uma coisa é fazer dois vídeos e divulgar, outra é fazer uma grelha. Mas, de resto, nós utilizamos os mesmos métodos, compramos um servidor de playout, que não é nada do outro mundo, eles dizem-nos onde é que nós ligamos e estamos no cabo.

Entrevista com Feliciano Barreiras Duarte (secretário de Estado da Comunicação Social)

1 de Agosto de 2012

Como é que o professor vê a evolução da televisão local e regional no nosso país?

Eu diria que a televisão local e regional em Portugal, com o advento das TIC tem um campo de crescimento muito grande e que os poderes públicos têm que estar atentos a essa nova realidade, para perceberem até onde é que o estado tem que ajudar a regular a sua própria existência e ao mesmo tempo a criar os melhores mecanismos que permitam que essas web televisões, porque eu continuo a achar que vai ser mais fácil por via da internet elas passarem a ganhar outro grau de importância do que propriamente da forma clássica, possam contribuir também para o desenvolvimento, neste caso concreto, local e regional do território português, onde venham a definir como alvo prioritário do seu magistério de influência. É fácil, mesmo para quem não é especialista na matéria olhar para trás nas últimas décadas, à escala não só nacional, mas sobretudo europeia e mundial que estamos numa fase alucinante de migração para o digital, de todos os tipos e os média estão numa fase em que têm de perceber que tem de mudar de vida, estão a entrar num novo paradigma, uns mais rapidamente que outros mas a questão digital vai-se colocar cada vez mais na própria sobrevivência não só dos jornais das revistas da rádios das próprias televisões. Hoje vivemos um tempo completamente diferente daquele que vivíamos há 10 ou 15 anos, basta contabilizarmos quantos anos foram precisos por exemplo para 50 M de pessoas no mundo inteiro terem rádio, ou terem televisão e o tempo alucinante hoje das pessoas q têm por via das redes sociais e afins acesso a um manancial de informação. Eu costumo dizer aos meus alunos e agora no Governo como uma das pessoas que tem responsabilidades nesta área, nós estamos no dia a dia dumas vezes mal outras vezes bem a saborear a nossa aldeia global mediática. Porque este mundo é mesmo pequenino. Nós por via dos meios digitais e de jornalistas muito corajosos, assistimos cada vez mais a guerras em direto. Acontecimentos de carácter social, cultural, desportivo, político, económico, etc., cada vez mais em direto. Aquilo que era uma coisa extraordinária, ou seja, que acontecia só de quando em quando, hoje é banal. Os diretos. Os diretos com a internet vão ganhar uma outra importância. E num país como o nosso, em que as pessoas estão a passar por uma das crises da nossa vida política mais graves do último século, é normal que as pessoas, apesar de terem menos dinheiro para estarem conectadas, não vão dispensar a forma de terem acesso à informação. E já não é só ter acesso à informação. É debulhar informação e, ao mesmo tempo, ter canais de participação. E hoje em dia quem estuda este fenómeno dos media sabe que os novos meios tecnológicos têm soluções que

permitem que as pessoas não só tenham acesso ao máximo de informação, mas acima de tudo, tirem partido dela e ao mesmo tempo aumentarem o seu grau de participação, até na vida interna das televisões, das rádios, jornais, revistas e de outros meios que estão cada vez mais perto daquilo que convencionámos chamar de novos media.

(...)

O próprio papel dos jornalistas tem que ser também redimensionado com base nestes múltiplos desafios. Será que vamos chegar ao ponto de termos como paradigma este novo jornalista que, como defende o Dr. Pinto Balsemão, tem que produzir a peça que dá para a televisão, para a rádio e para a revista. Que novos desafios vamos ter ao nível da deontologia e da regulação? Será que o modelo regulatório que temos em Portugal é o mais indicado para os próximos anos? (...) Como estarmos à altura de conseguir tirar o Estado da Comunicação Social? Há aqui muita questão.

De acordo com o que eu percebi, o professor acha que o futuro da televisão de proximidade deverá passar pela web...

Por uma questão das soluções tecnológicas mais baratas, que permitem que o local esteja paredes meias com o nacional de uma forma rápida e barata. Aquela situação que, durante muito tempo, as pessoas pensaram que poderíamos ter em Portugal a televisão regional do Ribatejo, a televisão local de Vila Franca de Xira, etc., com os meios clássicos, temperados com algum modernismo, parece-me que o país não tem *players*, não tem economia suficiente para assistirmos já no início da segunda década do século XXI à chegada, de armas e bagagens, de uma forma clássica, das televisões regionais e locais. Acho que o que vai cada vez mais acontecer, e é visível hoje... Os próprios jornais e rádios estão a montar as suas televisões na web. Câmaras Municipais estão a ter as suas televisões... Depois, internet... Agora, tem que haver uma certa complementaridade. As pessoas que estiverem no Mercado vão ter que, em termos de conteúdos, sobretudo informativos, e também conteúdos de entretenimento, vão ter que fazer contas. Porque o tempo da facilidade, do crédito bancário, para fazer experiências a este nível já lá passou. E portanto eu sou um defensor de que o paradigma digital tem que ser bem potenciado ao serviço do país, no bom sentido. E no bom sentido é garantir a liberdade de informação... Associados a este direito e a esta garantia prevista na nossa Constituição da República, há outros valores que eu estimo, muito importantes para a saúde e para a qualidade da nossa Democracia e para o desenvolvimento do país. Porque eu não me desvio um milímetro de um princípio que observo de alguns anos a esta parte nestas matérias, que é: eu prefiro uma verdade que incomode, a uma mentira que encante. E quero um jornalismo sério e rigoroso, mas que não se limite apenas a falar dos nossos problemas e gostava que, como já aconteceu muitas vezes, os jornalistas e os

media em geral sejam instrumentos importantes também do desenvolvimento económico, social e cultural do nosso país. É bom para a nossa democracia, é bom para a nossa economia, é bom para os portugueses. E portanto eu tenho esperança que seja possível que o Estado e os particulares que estão no setor consigam acompanhar esta evolução. É uma evolução muito rápida. Daqui a um ano podemos estar aqui os dois sentados, a falar, com soluções que se calhar hoje não conseguimos ter certezas ou nem sequer as imaginamos. Eu sei que há, em muitas partes do mundo, se estuda a possibilidade de, de um momento para o outro, as redes de multibanco, os *tablets*, as televisões em casa se transformem em autênticas televisões em que as pessoas podem pôr os seus próprios conteúdos, e outras inovações que estão a ser preparadas. E portanto tudo isto é muito dinâmico, e é um dado que as pessoas deviam pensar. Na última década a evolução é alucinante. Há quem diga que também é um exagero. Há especialistas que dizem que hoje em dia as pessoas não estão preparadas, nem têm tempo, para filtrar tanta informação, que há muita informação que acaba por prejudicar as próprias pessoas nalgumas decisões, do que beneficiar. Isso é o fruto do tal mundo pequenino em que vemos a guerra em direto.

(...) É um mundo maravilhoso, mas nalguns aspetos temos que cuidar de criar regras. E eu quero dizer que uma das coisas que este Governo está a fazer é um pacote político-legislativo para proceder a algumas alterações em muitos diplomas estruturantes da Comunicação Social portuguesa. E uma delas é tentar encontrar, com os operadores do setor, as melhores soluções para regular todo este mundo novo na internet sobre as televisões. Porque isto cria, nalguns aspetos, concorrências desleal, ao nível da publicidade, ao nível da própria deontologia...

Portanto, esse é um dos aspetos essenciais na adaptação ao novo ambiente digital... A regulação...

Regular no sentido de proteger os próprios media e proteger, acima de tudo, os cidadãos. (...) Há limites.

(...)

Nós achamos, por uma questão de filosofia, que cada vez mais os poderes públicos devem sair da Comunicação Social. A proximidade excessiva, não só cria despesa excessiva aos poderes públicos, como acaba por condicionar a liberdade dos próprios órgãos de comunicação social.

(...)

É que as pessoas se esquecem que tudo isto tem regras, do ponto de vista jurídico, nacionais e comunitárias. Nós não podemos estar na Europa só para receber fundos comunitários.

Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

Você é jornalista, você hoje com o seu iPad tem um mini-escritório. Uma boa dissertação de mestrado era perceber a tendência dos últimos anos, de conteúdos informativos nas televisões fornecidos por amadores e até por jornalistas ou media locais e regionais. Para perceberem que, sem grandes mudanças legislativas, sem grandes investimentos tecnológicos, hoje os media nacionais estão muito mais abertos a acolher imagens e conteúdos derivados daquilo que é o local e o regional. É um caminho quase que espontâneo, mas que só é possível fazer-se, muitas vezes, pela velocidade de circulação da informação que hoje é possível tendo na mão um iPad, um telemóvel sofisticado, etc. Nós vivemos num tempo de grandes dificuldades e as pessoas, como é óbvio, têm cada vez mais que conhecer aquilo que se passa no seu espaço vital, no seu território de proximidade. Se os conteúdos forem bons e atuais, não tenho dúvidas que muitos amadores se estão a transformar em jornalistas sem carteira. É um desafio para a carreira profissional dos jornalistas. Se você andar a passear na blogosfera, verá que há muitos amadores que escrevem bem, e que sabem retratar factos e transmitir e chamar à atenção.

Portanto, só temos a beneficiar...

Eu acho que sim. Passo o exagero, isto é como as pessoas que comem e bebem muito. Também há muita gente que quer ter a informação toda e depois não a sabe tratar. E ficam bêbedos de tanta informação. Ficam bloqueados. Conheço gente que tem diarreias informativas. Ficam mais confusos por terem tanta informação, do que se não tivessem nenhuma. Ainda por cima, vivemos no século XXI.

(...)

Nós entendemos que o Estado não deve viver obcecado por fechar televisões, rádios e jornais, como também não deve viver obcecado por suportar artificialmente televisões e jornais. (...) Há aqui muita coisa, nesta leva de alterações, que tem que ser considerada. Agora, há espaço para as questões locais e regionais, como é óbvio. Lembre-se que, durante a última década e meia, muitos jornais nacionais tentaram criar cadernos específicos sobre a relação de proximidade. E veja que, paulatinamente, todos eles desistiram. (...) Agora limitam-se a ter alguns correspondentes, mas sem escritórios. Com a reestruturação da agência Lusa, fechámos a maior parte das

delegações. Mas não acabámos com os delegados. Tudo isto está a mudar. Neste aspeto, o paradigma é como o Dr. Francisco Pinto Balsemão diz, hoje em dia um jornalista que seja um repórter efetivo tem que saber fazer tudo.

Entrevista com Filipe Couto – diretor da Espinho TV
13 de Setembro de 2012

1. Como avalia a evolução da televisão local e regional em Portugal?

A evolução tem sido lenta. A falta de meios e apoios faz com que a televisão local e regional não consiga crescer rapidamente. Para além destas televisões ser feitas na sua maioria para a internet, e necessário dar o salto para o canal de cabo. Hoje isso é fácil e gratuito, através do Meo Kanal, mas nem toda a gente tem box ou a meo, para conseguir visionar o canal. Mas mesmo assim, penso ser um passo importante.

2. Quais os principais obstáculos ou barreiras ao desenvolvimento da TV local e regional em Portugal?

Eu penso que a falta de meios técnicos e pessoal são as principais barreiras. Se houver dinheiro, isto já não será problema. Mas para haver dinheiro é necessário que o canal se difunda por diversos meios digitais (internet, smarthphone, televisão, ...) para conseguir ganhar força e ao mesmo tempo empresas que investiam no canal.

3. Considera que o dividendo digital, ou seja, o espetro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, deve ser aproveitado para o desenvolvimento de serviços de televisão de proximidade? Porquê?

Pode ser aproveitado, mas para isso a tecnologia ainda tem de evoluir. Porque mesmo perdendo o sinal analógico, a maior parte das pessoas não vai aderir a um serviço por cabo para ter televisão. Para ser possível a televisão local chegar a casa das pessoas divinalmente teria de haver um investimento e não estou a ver os canais regionais a fazer esse investimento.

4. Qual a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a Televisão Digital Terrestre (TDT) e a IPTV, e da veiculação de conteúdos via móvel, no desenvolvimento de serviços de TV local e regional?

Eu penso que estas novas plataformas podem ajudar muito as televisões locais e regionais a transmitir os seus conteúdos. Mas mais uma vez coloco aqui o investimento e os meios técnicos para tal acontecer.

Eu dou até um exemplo que aconteceu connosco. A EspinhoTV foi a primeira webtv regional a aparecer a nível nacional. Estávamos em 2002-2003, quando pensamos no projecto e nos fizemos ao terreno. A ideia era boa, fizemos reportagens e um programa cultural de 30 minutos, mas só duramos 1 mês e meio. Porquê? Falta de meios e de investimento. Por muito que tenhamos feito publicidade nos jornais locais para angariar apoios, não apareceu nada. Ninguém quis investir, nem em publicidade, nem em nada. Nessa altura, nem o próprio Youtube existia. Para nós foi muito complicado colocar vídeos na web. Eram muito pesados e a internet não era rápida como é hoje em dia. Nos há dois anos, enviamos um mail para o SAPO e para a MEO, para abrirem as portas aos canais locais gratuitamente, fornecem desta forma conteúdos para as Box's, em troca a publicidade gratuita nos canais regionais. Passado estes dois anos, o que é que eles criam? O MEO KANAL. Coincidência? Talvez.

5. Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

Eu acho que faz todo o sentido existir este tipo de canais locais, pois são eles que levam a informação mais rapidamente às pessoas. E as novas tecnologias ajudam e muito nesta difusão de informação. A promoção de um canal regional no local onde se insere também é importante, pois não basta usar toda a tecnologia e meios ao dispor se forem poucos aqueles que a utilizam para ver os conteúdos. Eu acredito que em certas localidades a televisão local resulte melhor. Não lhe sei dizer é se resulta melhor em grandes cidades ou em pequenas. Espinho tem 5 freguesias, é um concelho fácil de criar uma televisão regional, mas é também um concelho em certos locais envelhecido e noutros um local de dormitório. Poucos são aqueles que trabalham em Espinho e os que trabalham por vezes são de fora. Se formos ver a nossa vizinha Santa Maria da Feira, que tem 31 freguesias, se teve ao canal regional, foi por muito pouco tempo, pois de momento não tem nenhum. Para cobrir um basto leque de freguesias é complicado. Se nos focarmos só na principal, o canal deixa de ter tanta força e acaba por cair. Mas que fazia todo o sentido existir um canal neste concelho, é verdade. Investimento não iria faltar e atrás disso vinha as novas plataformas e a tecnologia.

Entrevista com Guilherme Leite – diretor da Saloia TV

30 de Agosto de 2012

1. Como avalia a evolução da televisão local e regional em Portugal?

É uma evolução positiva, mas esperemos que não se venha a cair no erro das rádios locais, que cedo começaram a imitar "os grandes" e perderam a graça, a utilidade e por fim a viabilidade, sendo hoje na sua maioria "antenas retransmissoras" de grandes grupos ou pior ainda de seitas religiosas.

2. Quais os principais obstáculos ou barreiras ao desenvolvimento da TV local e regional em Portugal?

Os obstáculos ao desenvolvimento são vários, mas destaco dois: Falta de publicidade e falta de apoio e compreensão por parte de alguns autarcas.

3. Considera que o dividendo digital, ou seja, o espetro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, deve ser aproveitado para o desenvolvimento de serviços de televisão de proximidade? Porquê?

Claro que deve. Nós, SALOIA.TV estamos prontos para esse dia. Se isso não acontecer, então para que se teve a mudar tudo? Aqueles que já deram provas nos tempos maus e difíceis devem agora ser contemplados. Se as Regionais forem a leilão internacional então teremos Trás os Montes entregues a colombianos, o Douro Litoral entregue à filha do Santos de Angola... e a Zona Saloia entregue a brasileiros? Seria uma traição às próprias regiões se as televisões da região fossem entregues a gente de outras regiões e pior ainda de outros países.

4. Qual a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a Televisão Digital Terrestre (TDT) e a IPTV, e da veiculação de conteúdos via móvel, no desenvolvimento de serviços de TV local e regional?

A importância será transferir as Regionais do computador para o sofá da sala. A importância será passar do espectador isolado no computador do quarto para espectadores em família na sala de casa.

5. Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

O jornalismo de proximidade tem nos novos meios aquilo que nunca teve e que seria quase impensável há 10 anos atrás. Hoje as notícias chegam primeiro à NET (através de videoamadores ou de televisões locais) do que às televisões nacionais. Quando as agências e centrais de compras de publicidade acordarem para este facto "outro galo cantará"

6. Gostaria de adicionar outros comentários ou recomendações relativos a este tema?

Gostaria de recordar que é urgente apoiar as Televisões locais e regionais ao nível da criação de arquivos. Alguns podem estar a apagar os arquivos para reutilização do espaço com novos vídeos. Já que o espaço "na nuvem" é pago. Não podemos deixar que isso aconteça. Na soma dos arquivos das web tv locais e regionais estará em breve o maior retrato de Portugal. Até o nosso ADN (Arquivo Digital Nacional).

Entrevista com Jorge Ferraz Abreu (professor na Universidade de Aveiro, investigador especializado em Televisão Digital)

1. Como avalia a evolução da televisão local e regional em Portugal?

Excetuando algumas concretizações, bem sucedidas, ao nível da Web e de um ou outro canal na TV por assinatura (como o Porto Canal), creio que há espaço para muito mais. Seria especialmente importante que se rentabilizasse a capacidade disponível na TDT!!!

2. Quais os principais obstáculos ou barreiras ao desenvolvimento da TV local e regional em Portugal?

Do ponto de vista tecnológico, muito poucos... No entanto, o mesmo já não se poderá dizer ao nível da triangulação constituída pelo poder político; influência das atuais estações televisivas; e atuais operadores.

3. Considera que o dividendo digital, ou seja, o espetro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, deve ser aproveitado para o desenvolvimento de serviços de televisão de proximidade? Porquê?

Claro que sim. Aliás, seria esta uma das reais vantagens que a TDT poderia trazer ao telespectador português. Caso contrário, e mantendo-se o cenário atual, não há benefício nenhum originado pela recente transição.

4. Qual a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a Televisão Digital Terrestre (TDT) e a IPTV, e da veiculação de conteúdos via móvel, no desenvolvimento de serviços de TV local e regional?

Creio que já respondi a parte desta questão nos pontos acima. No que diz respeito à TV móvel, tenho algumas reservas ao nível do modelo de negócio associado: se a solução tecnológica passar por ter TV móvel sobre redes UMTS, quem paga os custos de transmissão? Por outro lado, se a abordagem consistir num modelo assente no protocolo DVB-H (suportado em transmissão hertziana terrestre), como se conseguirá uma aquisição eficiente de terminais móveis com sintonizador digital?

5. Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

Da mesma forma que as televisões locais beneficiariam. Defendo a adoção referida, mas não a vejo concretizável num curto espaço de tempo.

Entrevista com José Faustino (Associação Portuguesa de Radiodifusão)

22 de Agosto de 2012

A televisão no cabo e a televisão na internet são coisas completamente diferentes e não podem ser misturadas. Desde logo, há uma questão intrínseca a tudo isto, que é o tempo e o espaço. (...) Não é possível haver proximidade sem haver proximidade física. Eu não posso ter proximidade, ainda que seja um filho meu, de alguém que esteja em Nova Iorque. Tem que haver uma proximidade física, tem que sentir o mesmo calor, o mesmo frio, e tudo mais. Isso só é possível por via hertziana. Senão há apenas aproximação. A proximidade implica uma proximidade geográfica. Não pode, por exemplo, ser só proximidade entre o jornalista e o ouvinte, ou o telespetador ou o leitor. O dono, o diretor, tem mesmo que lá viver, tem que lá estar. Desde o empresário, até ao mais simples funcionário, têm que estar todos no mesmo sítio. Portanto, o meio em si, ou seja, a plataforma hertziana, é uma coisa distinta do resto. O tempo é aquele, o espaço é aquele. No cabo, a coisa muda de figura. Tem uma abertura que, normalmente, tem logo uma abrangência, por princípio, nacional. E em teoria até pode ter uma abertura mundial. Portanto, aí modifica-se tudo. O tempo muda, o espaço muda. Portanto, não podemos adaptar conteúdos a 100 por cento numa coisa e noutra. São coisas completamente diferentes. Eu acho que as televisões não lineares não são televisões, não são rádios. A oportunidade para a televisão local é ter coisas simples. Porque uma coisa são as técnicas que existem, aquilo que é possível e acessível em termos de custos, outra coisa é aquilo que as pessoas por diversos motivos, desde a sua própria vontade, às dificuldades de aprendizagem e tudo mais, tenham acesso ou não tenham. E a grande oportunidade para as televisões locais ou regionais é justamente a facilidade das pessoas poderem ligar o televisor e ver. E a plataforma onde isso tem de estar é na Televisão Digital Terrestre. Porque o resto é relativo. Eu estou convencido de que, e aliás os estudos dizem isso, os valores da audiência do cabo são muito residuais. (...) Nos regionais será muito limitativo... Portanto, os potenciais telespetadores de uma TV local estarão na Televisão Digital Terrestre e não em plataformas como a Zon ou o MEO. Em relação à internet, digo a mesma coisa: eu sei que tecnologicamente já é possível fazer-se, mas ainda não está generalizado... Quando as pessoas conseguirem, com a mesma facilidade que veem televisão, ver através da internet. Quando as coisas estiverem simplificada. De outra forma, há aqui públicos diferentes. Os públicos da TDT, do cabo e da internet são coisas completamente diferentes. E a grande oportunidade das televisões locais e regionais está na TDT.

Que recomendações faria no sentido de contribuir para o desenvolvimento da televisão de proximidade em Portugal?

A primeira é que deixem de ser parvos (risos) E a segunda é que percebam, de uma vez por todas, que Portugal é um país pobre. Fundamentalmente, o que os legisladores, os políticos e essa gente toda tem que perceber, mas nunca percebem... A primeira recomendação que haveria a fazer, se eles percebessem, é que uma rádio, por exemplo, local, não é uma rádio de cobertura nacional. O modo de funcionamento, a tecnologia, os profissionais, etc., são iguais. O resto é tudo diferente. Não tem nada a ver um taxista com uma empresa que tem 500 táxis. E isso é bom que se perceba. (...) A televisão de proximidade é uma coisa muito simples. Tem que ser uma coisa simples e barata. Esta gente tem que perceber que há sedes de concelho em Portugal que têm menos gente do que um prédio em Nova Iorque. E num prédio em Nova Iorque fazem lá uma cablagem e têm uma televisão a trabalhar. As pessoas têm que perceber os contextos. Nós como não estamos num prédio em Nova Iorque, temos que utilizar o espectro radioelétrico. Depois há outros recursos técnicos e com outros custos. O nosso país não consegue arranjar a meia escala. A gente trabalha sempre ou oito ou oitenta. Nunca trabalhamos a 44. Uma rádio local tem a complexidade quase de uma multinacional em termos de regulação e exigências, e depois tem a faturação de uma cafeteria de bar. Têm que perceber que uma coisa é a RTP, a SIC e os grandes operadores, outra coisa é um pequeno canal ou uma pequena rádio. As exigências têm que ser outras. Não pode haver medidas protecionistas. (...) Mas na cabeça daquela gente não entra lá isto, porque eles não têm vida. Tem que haver uma adaptação de custos e despesas de exploração à realidade. Agora, isso tem que ser compatível com o que existe de facto, e não com o que a lei exige. Por exemplo, imagine que eu peço uma licença para transportar de mercadorias de aqui para ali. A lei diz-me, por exemplo, que para isso tenho que ter 3 carros, 4 funcionários motoristas, etc. E eu não posso ter nada. E depois, de repente, porque é conveniente para os operadores de telecomunicações, qualquer indivíduo pode ter uma coisa daquelas. E eu quero ver como é que vão resolver as questões dos atentados à moral pública. Como é que se pode ir com cães destes à caça?

Considera que o dividendo digital, ou seja, o espectro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, deve ser aproveitado para o desenvolvimento de serviços de televisão de proximidade? Porquê?

À partida, tudo o que é de acesso livre e gratuito é muito mais democrático e abrangente do que aquilo que não é. Quando se diz que o espectro radioelétrico é um bem público quer-se dizer que é um bem de todos. E portanto ele deve ser o mais possível posto à disposição da população, para que a população disso possa disfrutar, dentro dos princípios constitucionais da liberdade de informar e ser informado, para além de todos os outros serviços de apoio que são necessários, e por aí adiante. Com o mínimo de

interferências de um operador de telecomunicações. Há um ponto de equilíbrio, que de certa forma no analógico se tem conseguido e que no digital é mais complicado, que é: aquilo que é possível ser dado gratuitamente e que as pessoas podem usufruir é o espaço necessário maior possível, e depois a outra parte tem que ser paga. O que acontece é que tendencialmente tenta-se tapar tudo o resto quando é muito melhor que as pessoas tenham livre acesso às coisas. Não há dúvida absolutamente nenhuma disso. Este equilíbrio é que é difícil.

(...)

Em relação ao dividendo digital, o espaço que foi libertado do analógico que, lá está, na minha opinião devia ter sido um processo mais lento e retardado em função da crise,

O processo de desenvolvimento da televisão digital deveria ter sido mais lento, e a partir de 2008/2009, com a crise, devia ter sido retardado. Isto permitiria um maior usufruto, ao contrário do que é dito. Porque pode haver banda larga em todo lado, mas isso depois é conversa. Depois, tem que estar reservado o espaço necessário suficiente, com bastante largueza, para ser utilizado pela comunicação social. Para permitir os desenvolvimentos naturais da comunicação social: o desenvolvimento das televisões locais e regionais, o desenvolvimento das próprias rádios com emissões para ir para o audiovisual. O que sobre, com certeza que poderá ir para os operadores de telecomunicações.

Quais têm sido as maiores barreiras no desenvolvimento das rádios locais?

As rádios e as televisões sofrerão do mesmo. O grande problema é que os mercados são escassos. As exigências da própria lei faz e as expectativas que se tem do que é um canal de rádio ou de televisão. Têm custos acima da capacidade dos mercados onde eles estão. As fontes de financiamento são muito inferiores às despesas de exploração dos projetos. Isso é que atrasa tudo. E depois também a falta de capacidade de investimento. É verdade que estas coisas são baratas. Ainda assim é preciso um investimento, e não há capacidade de investimento. Há o investimento de pessoas que querem investir nestas coisas porque gostam e porque acham que devem que fazer. Ou seja, não é aquele objetivo puro e duro do lucro. E há pessoas que querem investir porque tem lucro. E a comunicação social não é um setor lucrativo.

Normalmente ninguém se mete na comunicação social para ganhar dinheiro. Mete-se na comunicação social porque gosta. O objetivo da comunicação social é sempre comunicar. E esse é o grande problema. Não há massa crítica nos mercados de proximidade para este tipo de coisas.

Estava a dizer que as rádios também têm interesse em explorar o audiovisual...

Têm. Têm porque não é diferente. Não é uma verdadeira diversificação de atividades, mas ainda assim é uma pequena diversificação do setor que é a comunicação social. Uma rádio ou um jornal, com relativa facilidade, faz outro órgão de comunicação social. Veja-se, por exemplo, as rádios que, com o aparecimento da internet, rapidamente fizeram sites que são jornais. Não é nenhum bicho de sete cabeças. Ainda por cima, muitas delas são diárias, têm atualizações diárias. Portanto, há uma rápida adaptação. Ora, a evolução normal... Aliás, é esta a origem da coisa: primeiro a imprensa, com o Gutenberg, depois a rádio com o Marconi e depois a televisão, já com os Irmãos Lumière, e por aí. Tendo um jornal, porque não uma rádio e, depois, a televisão? No fundo, os conteúdos vão ter sempre que se escrever, senão a gente esquece-se do que está a dizer, e tira uma fotografia. (...) A evolução tecnológica levou a que, praticamente, quase com o mesmo trabalho, se tenham conteúdos escritos, conteúdos de rádio e conteúdos de televisão. A lógica é esta. Aliás, as próprias rádios e os jornais estão alocados em mercados de proximidade, onde há escassez de fontes (poucos anunciantes, etc.) Agora imagine se aparece lá um novo operador, que é uma televisão... As pessoas também sabem que é muito melhor fazer publicidade na televisão, do que na rádio ou num jornal. Ora, se não forem este a ter o negócio, ficam prejudicados. Por isso, a lógica é que as rádios evoluam para ser os operadores de televisão. As portas estão abertas às opiniões e ao contraditório, mas a lógica é essa. Se as televisões de proximidade se desenvolverem, por via hertziana, e se não forem as rádios os novos operadores de televisão, a televisão mata as rádios.

Entrevista com Nuno Fernandes (autor do blog “Web TV em Portugal”)

25 de Julho de 2012

Como avalia a evolução da televisão local e regional em Portugal?

Creio que não devemos falar em “evolução” mas sim em “aproveitamento de plataformas” no que à televisão local e regional diz respeito em Portugal. Não concordo que exista uma evolução. Historicamente os momentos da televisão local e regional podem ser definidos nos seguintes pontos:

--- Oficialmente, reconhecidas na Lei, como televisões regionais em Portugal existem duas no Serviço Público de televisão, a RTP Açores e a RTP Madeira.

--- Podemos recuar na história até à década de 80 e analisar os projetos de televisão local e regional que existiram, sobretudo nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, e que por diversas razões, entre a perseguição judicial, questões económicas e até mesmo devido à existência das rádios pirata, foram de curta duração.

--- No serviço público pudemos, durante um período nos anos 2000, assistir a emissões em desdobramento dos centros regionais da RTP, mas o factor político/económico foi determinante para o encerramento destas emissões. Hoje em dia podemos encontrar resquícios desse tempo num programa informativo: o Portugal Directo, da RTP 1.

--- Nas redes de distribuição de televisão por cabo, tendo objetivos claramente comerciais, são oferecidos canais como a Regiões TV ou a Porto Canal

– e este, desde a entrada de um clube de futebol na sua estrutura, levanta algumas questões

– ou projetos que falharam como as extintas NTV ou o CNL.

Arriscamos considerar que existe vontade popular na existência de televisões locais e regionais, algo que foi aproveitado para o “boom” das webtelevisões entre 2005 e 2007, com um sentido local e regional.

Mas muitos destes projetos falharam e hoje já não existem. Outros, curiosamente, aproveitam a possibilidade dada por um operador de distribuição de televisão por cabo, para criarem um “canal” na rede cabo, distribuindo assim os seus conteúdos e em alguns casos optando por encerrar as páginas web.

Porém esquecem e levantam várias questões legais, como direitos de autor, transmissão, etc., para as quais não há (?) resposta! Seria uma interessante questão a colocar à ERC!

Quais os principais obstáculos ou barreiras ao desenvolvimento da TV local e regional em Portugal?

De forma resumida: económicos, legais e políticos.

--- ---

Económicos, porque recuperar economicamente o investimento feito numa televisão de âmbito local ou regional é fundamental.

Não podemos esquecer que a qualidade é também sinónimo de sustentação económica.

Um funcionário com qualidade implica um ordenado e isso tem consequências na sustentação económica de uma televisão.

Existe sempre a hipótese de apostar em estágios curriculares (não pagos) com a consequente diminuição de qualidade o que implica menores audiências e menor capacidade de atração de publicidade.

--- Legais e políticos, devido a todas as questões que desde acompanharam o surgimento das

Televisões em Portugal ou a perseguição a que as televisões locais e regionais de meados dos anos 80 do século passado foram sujeitas. Basta pensar no longo e penoso processo para a atribuição do chamado 5º Canal que estaria hoje a funcionar com a TDT.

Os argumentos da falta de mercado publicitário são sempre apontados nestes momentos.

Basta pensar na polémica que envolve atualmente a possível privatização de um canal da RTP.

Considera que o dividendo digital...

Se a memória não falha, os vários Governos de Portugal, no que diz respeito ao número de canais televisivos, de âmbito nacional, e até mesmo no que diz respeito às rádios, sempre se refugiram na questão do “diminuto” espectro radioelétrico para não permitira a proliferação de rádios e televisões. Com o “apagão” mudava alguma coisa? Duvido. Entrando na parte técnica: seria possível e rentável? Duvido.

Qual a importância das novas plataformas...

Só encontro importância tendo em conta um contexto financeiro/comercial. Se fosse rentável para as empresas de distribuição creio que tal seria possível.

Em que medida o “jornalismo de proximidade”...

É essencial, cada vez mais, a adopção de novas tecnologias, porém depende claramente do órgão de comunicação social de proximidade e dos seus objetivos enquanto empresa e para que público se dirige. Fazer conteúdos audiovisuais, sem contexto, distribuídos de vez em quando, só porque a rádio vizinha ou o jornal concorrente o faz é um erro. Existem também questões relativas aos conteúdos televisivos se estes apenas transmitirem as inaugurações das obras dos Presidentes de Câmara, discursos, etc, não acompanhando os problemas das populações, as dificuldades, a oposição política, ou seja se só mostrarem o “bom” e omitindo o “mau”. Também é necessário abordar a formação técnica de quem faz este género de conteúdos.

Uma peça audiovisual deve respeitar determinados parâmetros e seguir a Linguagem televisiva, embora possa ser pensada para a plataforma em que vai ser distribuída. Mas uma inauguração merece uma peça de 8 ou 9 minutos?

Entrevista com Paulo Feliciano – diretor da TV Azores

7 de Agosto de 2012

1. Como avalia a evolução da televisão local e regional em Portugal?

A Televisão local e regional em Portugal era praticamente inexistente. Com excepção da RTP Açores e Madeira, criadas porque na altura a tecnologia não conseguia servir esse território longínquo e disperso. Com ligações fibra, satélites e outras tecnologias, já não fazem sentido. Como a lei não permite mais do que isso, toda a televisão local e regional está limitada ao cabo e mesmo assim, com muitas dificuldades burocráticas e custos de licenciamento. O MEO KANAL veio mudar essa panorama e abre uma porta para uma nova forma de distribuir televisão – circuitos de redes digitais fechadas do operador de comunicações. Uma forma gratuita, de alta qualidade, fácil de gerir e utilizar, ao mesmo tempo que chega a cada vez mais clientes da PT.

2. Quais os principais obstáculos ou barreiras ao desenvolvimento da TV local e regional em Portugal?

Até ter sido inventado o sistema de MEO Kanal, o maior obstáculo era mesmo a legislação que não permitia criar televisões de forma fácil e acessível. Transmissão via antena ainda hoje é impensável. Só que o panorama muda, quando temos milhões ligados em cabo que antes só servia para telefone. A mudança tecnologia ultrapassou a lei e venceu. O segundo maior desafio é a forma de financiamento destes projectos de menor custo, mas também de menor audiência. Logo, há dificuldade em atrair patrocinadores nacionais e os locais ainda não estão com motivação e capacidade para tanto. A MEO está a trabalhar com as TVs regionais numa forma de rentabilizar a publicidade num modelo de 50%, mas continuamos com a principal pergunta – e de onde vem o dinheiro suficiente para isto funcionar? Algumas regiões podem ter um tecido empresarial mais fértil e que o permita, mas assim continuamos a desenvolver projectos nos grandes centros, embora mais vocacionados para nichos de mercado temático.

3. Considera que o dividendo digital, ou seja, o espetro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, deve ser aproveitado para o desenvolvimento de serviços de televisão de proximidade? Porquê?

Acho que essa necessidade quase que deixou de existir, porque temos praticamente uma população inteira ligada à net e a uma solução de cabo qualquer. Por uma questão de custos e de falta de recursos, acho que faz mais sentido centrar esses projectos em formas simples e gratuitas de os distribuir como a net, ou o meo kanal. A net tem outra vantagem que as TVs locais nunca podem oferecer, que é o poder chegar à população de uma região espalhada pelo mundo – estudantes, emigrantes etc. Acho que apostas nesse sentido servem melhor a população e a energia deve ser canalizada para a produção de conteúdos, em vez de encontrar mais formas de distribuição de algo que ainda é escasso – produção local.

4. Qual a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a Televisão Digital Terrestre (TDT) e a IPTV, e da veiculação

de conteúdos via móvel, no desenvolvimento de serviços de TV local e regional?

O TDT, pelo menos na minha região, não está a ter sucesso nem para transmitir os sinais de TV nacional generalista. Chegou tarde e com limitações. Chegou numa altura em que a maioria já tinha encontrado uma alternativa nos novos serviços de cabo, com todas as vantagens tecnológicas que os mesmos oferecem. É útil para o idoso com uma reforma limitada e que já tinha a parabólica a enferrujar e não se importa com um sinal de menor qualidade, ou com serviços nunca sequer experimentou nem sabe usar.

5. Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

Acho essencial o desenvolvimento de “jornalismo de proximidade” seja com que tecnologia fizer mais sentido nessa região. O importante é a cobertura integral do território com o trabalho jornalístico para que seja registada a entidade de um povo. Vai muito para além da promoção e divulgação cultural, mas passa também por aí. Considero a actividade jornalística numa região tão importante, ou mais, do que a actividade religiosa para a saúde espiritual de um povo crente. O jornalista local é uma componente essencial na nossa sociedade de informação. Acho que a tecnologia desenvolveu-se já o suficiente para o permitir, só falta mesmo é criar modelos de sustentabilidade para esses projectos.

No nosso caso, as maiores dificuldades tem sido: encontrar formas de financiar o projecto, encontrar pessoal qualificado localmente e trabalhar num território dominado pela TV do Estado que não aceita nem deixa outros projectos independentes desenvolverem-se. Os poderes instalados vão ao ponto de ameaçar clientes das TVs locais privadas e de forçar outras entidades do Estado a não colaborarem com projectos desta natureza. Romper com mentalidades e poderes instalados é um desafio que poderá desmotivar muitas pessoas envolvidas nestes novos projectos. O caminho passa por fazer perceber os nacionais, que a maior cobertura territorial lhes vai gerar também acesso a mais conteúdos e a menor custo, sem tirar receitas de publicidade. A publicidade local nunca teria capacidade de entrar nos canais nacionais, mas vai ajudar a viabilizar produção de proximidade à dimensão de cada região.

6. Gostaria de adicionar outros comentários ou recomendações relativos a este

Fico ao dispor para prestar mais algum esclarecimento relativamente a estes assuntos e desejo a melhor sorte com o trabalho.

Entrevista com Pedro Coelho (jornalista da SIC, professor na Universidade Nova de Lisboa e especialista na temática da televisão de proximidade)

6 de Setembro de 2012

Como avalia a evolução da televisão local e regional em Portugal?

Eu acho que nós não podemos dizer que há televisão de proximidade em Portugal. O conceito que eu defendia na minha tese era basicamente a tentativa de criação de um conceito para depois ser operacionalizado. E houve ali uma machadada forte, porque nós tínhamos um caminho – que era um mau caminho no meu ponto de vista – mas tínhamos um caminho, quando os emissores da RTP estavam desdobrados com emissões autónomas. O Governo do PSD, no ano de 2004, acabou com isso. Acabou com a autonomia das emissões regionais. E basicamente o que aconteceu depois disso foi mais nada. Depois, no entanto, a internet começou a ter alguma expressão. O problema da internet associada à televisão de proximidade, é que nós temos que ter a consciência de uma situação muito concreta em Portugal. A nível dos grandes centros, a taxa de penetração da internet é bastante elevada, mas é bastante elevada sobretudo junto de uma comunidade mais jovem. A taxa de penetração da televisão tradicional no tecido social do interior é muito elevada. Por isso, do meu ponto de vista, para se cumprir plenamente o conceito de televisão de proximidade era preciso que houvesse uma expressão clara e concreta ao nível da receção. O que nós temos agora é diversos, imensos projetos de criação de televisões temáticas, projetos que ficam pelo caminho alguns deles, outros que têm mais sustentabilidade, mas com uma marca de publicidade muito curta. Ou seja, a verdadeira sustentabilidade económica desses projetos está por garantir, e vai estar por garantir por muito tempo, por razões óbvias... Exatamente por essa que eu estava a enunciar. A internet não está suficientemente preparada para influenciar os tecidos sociais mais desprotegidos, nomeadamente os das comunidades do interior. Ora, onde o conceito faz mais sentido é nessas comunidades.

Está aqui uma espécie de contradição, porque o meio é ótimo, a plataforma é extraordinária, é perfeita, mas se não há uma taxa de penetração efetiva, ou

melhor, as pessoas podem aderir, podem ir lá, podem ver, mas aqueles a quem mais interessa o conceito de proximidade, que são os mais velhos, a esses a internet não chega, sobretudo nas comunidades do interior.

(...)

O que eu acho extraordinário é que nós tenhamos caminhado para a TDT sem oferecerem absolutamente mais nada. Isso não faz nenhum sentido. Fazemos uma migração, uma coisa complexa, um processo muito complicado ou, se calhar, mal trabalhado, mas depois, em termos concretos aquilo não tem lá nada.

(...)

Eu até admito que a internet possa ser o suporte ideal. Se nós formos a avaliar a rádio, por exemplo, a rádio é o meio que, do meu ponto de vista, mais cresceu com a internet. Não apenas ao nível da quantidade, mas também ao nível da qualidade. E foi um meio que se adaptou muito bem à internet. Para a televisão, qual é o histórico deste curto tempo, qual é o rasto, qual é a marca... Se perguntar a alguém na rua: diz-me uma televisão na internet, as pessoas não sabem de nenhuma, não se lembram de nenhuma. Não criam rasto. Não é o meio ainda para a televisão de proximidade. Eu acho que nem é um meio para a televisão. Estou muito atento para perceber no que é que vai dar este projeto do Correio da Manhã TV, mas eu acho que não vai dar grande coisa se for só na internet. Vai estar no MEO, é certo, mas precisa de um horizonte maior para poder ter uma expressão maior.

Quais acha que são as condições de sucesso para o desenvolvimento destes projetos?

Eu acho que tem que se fazer um trabalho a montante que não está a ser feito. Eu acho que o Estado tem que se envolver. Ou seja, primeiro tem que apreender o que está verdadeiramente associado ao conceito de proximidade e a mais-valia que isso traz para as comunidades em desenvolvimento. Esse trabalho nunca foi feito. Nós temos uma imprensa regional antiga, velha, apesar de ser reformada, e esse trabalho de reforma da imprensa regional, ou

seja, a imprensa de proximidade, isso em concreto não foi feito. Nem foi feito nem eu acredito que venha a ser feito. Depois temos as rádios locais que regeneraram. São projetos que se transformaram noutra coisa, que não tem nada a ver com aquela matriz original, que não tem nada a ver com o conceito de proximidade. Que por situações diversas incluindo as associadas à questão financeira não vingaram do ponto de vista das rádios estritamente de proximidade. Esqueçamo-las. Não vingou a rádio, a imprensa precisa de ser reformada, nunca se avançou para a televisão de proximidade quando havia essa oportunidade. O que resta é a internet, mas há muito trabalho a fazer. Há muita coisa para escavar. É preciso colocar a internet ao serviço da população. E isso ainda não está a acontecer.

Esse é o primeiro passo...

Esse é o primeiro passo. Depois disso outras coisas virão. (...) O conceito de proximidade precisa de uma efetivação. O que é verdadeiramente a proximidade? A proximidade é quando as comunidades conseguem interagir com questões que lhe são próprias, comuns. E os meios de comunicação social são a montra dos problemas comuns. Ora, a partir do momento em que nós dizemos que são televisões de proximidade, mas metemos lá outras coisas que não têm nada a ver com aquilo que é o desenvolvimento das próprias comunidades, e então estamos a perverter o próprio conceito de proximidade. Se queremos avançar para a proximidade na televisão, no online, temos que fazer uma coisa que é aplicar o conceito ao meio. E nós não estamos a fazer esse trabalho. Nos exemplos que está a estudar, eu não sei exatamente quais são, verá que não é o conceito de proximidade que está dentro desses projetos, é outra coisa.

Em termos práticos, como é que se poderia conseguir essa proximidade, em termos de conteúdos...?

Devia dar-se prioridade às questões verdadeiramente estruturantes para as comunidades. Fazer-se um pouco aquilo que se fez nos anos 70 e 80, na América, com o jornalismo cívico. Perceber quais são as necessidades daquelas populações. O jornalismo cívico tem um outro cariz, porque parte das necessidades das populações e assume causas... Começa a defender as

causas... Aqui não era esse o projeto. O projeto era que o meio de comunicação social se envolvesse nos problemas da comunidade e lhes desse visibilidade, com vista à resolução desses problemas. Esse é verdadeiramente o conceito da proximidade.

Já percebi que o professor acredita no potencial da internet, mas diz que tem de haver um trabalho...

Um trabalho a montante. E esse trabalho passa por efetivar a relação das pessoas com a internet. Não podem ser apenas os mais jovens ligados à internet. Uma ligação muito no sentido do uso, da satisfação das necessidades. Basicamente um valor de uso. É preciso transformar a internet numa coisa diferente. Mais do que um valor de uso, é um valor de conceção, de conceito. Isso é fundamental, que se possa aplicar o conceito da proximidade à internet, ao nível da televisão.

(...)

Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

Eu cada vez mais entendo que a internet é um auxiliar extraordinário para o jornalismo. E não sou nada daqueles que acham que a internet vem matar o jornalismo. Pelo contrário. Eu acho que infelizmente a internet está a matar o jornalismo, pela forma como nós não estamos a conseguir utilizar a internet ao serviço do jornalismo. Acho que a internet insiste muito neste ponto. Não é o problema. O problema é que a internet veio dificultar a sustentabilidade do jornalismo. Porque a partir de agora os anunciantes deixam de necessitar de um intermediário qualquer para chegar ao povo, às massas. A internet é o meio barato, económico, à borla, através do qual os anunciantes chegam diretamente às populações. Portanto, para quê estar a investir em grandes campanhas publicitárias nos jornais se os jornais estão a baixar de vendas, para quê nas televisões, para quê nas rádios, quando diretamente chegam às pessoas através da internet? Esse é o problema da internet associado ao jornalismo. Qual é a solução? Resolver-se o problema da sustentabilidade do

jornalismo, resolver-se o problema da gratuidade da internet. Não deve ser um universo completamente free. Não pode ser, de todo. Tem que haver aqui forma de se criar um modelo de negócio sustentável, através da internet. Depois, continuar a pôr a internet ao serviço do jornalismo: consulta de fontes que antes estavam escondidas, promoção do próprio debate ao nível das comunidades de proximidade, através da blogosfera, através de pequenos sites que são criados com custo zero, que promovem determinados problemas hiper-locais e promovem o desenvolvimento do debate à volta dessas questões hiper-locais, promover a investigação jornalística. Ou seja, a internet é um manancial de proveitos para o jornalismo, e nós só conseguimos ter sobre a internet um olhar catastrofista, que é uma coisa que a mim me choca. A internet é um meio extraordinário.

O argumento de que a internet veio matar tudo...

Mas não podemos pensar assim. De facto, está a matar porque nós estamos parados. Ficámos a olhar para os efeitos negativos da internet e não somos capazes de levantar o rabo da cadeira e pensar “bem, isto tem muito mais do que a parte negativa, desde que nós encontremos um modelo de negócio que sustente essa nossa ligação à internet”. Não podemos pensar na internet como os efeitos negativos da internet. Não, temos que pensar nos efeitos reais e positivos da internet, obviamente conseguindo encontrar aqui um modelo de negócio sustentável. É isso que nos falta do meu ponto de vista.

Qual a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a Televisão Digital Terrestre (TDT) e a IPTV, e da veiculação de conteúdos via móvel, no desenvolvimento de serviços de TV local e regional?

Eu acho que não faz muito sentido, a esta altura do campeonato, com a internet a crescer como está a crescer, nós andarmos a desperdiçar recursos financeiros para criarmos outras plataformas. Obviamente que o digital permite, mas permite ainda assim com algum custo. O que eu acho que nós temos que fazer se queremos pegar na internet a sério e aplica-la ao conceito de proximidade na televisão, temos que fazer um trabalho de sustentabilidade da própria internet. Ou seja, a taxa de penetração da internet nas comunidades

mais frágeis, do interior, tem que subir. (...) Isso só com campanhas do próprio Estado. Tem que baixar drasticamente o custo (...) É um custo social, que nós todos vamos ter que suportar. Mas nós vamos para o interior e a internet é muito mais lenta. Queremos fazer um download qualquer e em vez de demorarmos dez segundos, demoramos um minuto. Isto não faz sentido, isto afasta as pessoas do meio. E depois fazer uma questão fundamental ao nível da media literacia. Acho que temos que investir seriamente ao nível da media literacia. Não apenas nas escolas, mas eu acho que as escolas no Ensino Básico têm que começar a aplicar conceitos... Quando se fala no plano curricular, fala-se de tudo menos da media literacia. É importante que os miúdos, logo do Básico, Já há nos Estados Unidos da América... A comunidade jornalística e a comunidade académica estão de tal forma envolvidas que criam, quer nas universidades, quer nas escolas, no ensino mais básico, cadeiras de media literacia, com a comunidade jornalística plenamente envolvida. Ora, isso é um custo social. Nós aqui parece que são questões que custam dinheiro, então não vamos avançar por aí. Não, nós temos que promover essa questão da media literacia. É fundamental que as pessoas saibam o que é que a internet lhes pode dar, quais são os riscos da internet, de que forma é que pode ser usada, como é que pode ser usada... Ou seja, há um conjunto de questões... Como é que se separam conteúdos nocivos para a cidadania e se apostam em conteúdos que são favoráveis ao desenvolvimento... Ou seja, há um conjunto de questões associadas à internet... Vocês cresceram na época da internet, e aprenderam as coisas praticando. Mas é importante que aqueles que nasceram depois de vocês e aqueles que estão depois de mim, os mais velhos do que eu, tenham noções concretas de como é que a coisa funciona. Eu, um pouco como vocês, também aprendi na prática. (...) É na base que essa educação começa. E é isso que nos está a faltar. Ou seja, há muito trabalho a montante a fazer. A nível prático, e nas comunidades mais frágeis do interior, aumentar a taxa de penetração, baixando os custos e melhorando a qualidade do acesso. Isso é fundamental. Associado a isto, a media literacia, quer daqueles que estão afastados do meio – a geração dos meus pais – e depois aqueles que estão agora a nascer para a coisa, nascerem já com bases diferentes. No fundo são esses três pilares: aumentar a penetração, a qualidade do acesso e, em simultâneo, a media

literacia. Acho que são três pilares fundamentais, para que a internet se possa impor e associar-se à televisão de proximidade.

(...)

E depois a questão é esta, não é? O que é que faz com que eu vá ver uma televisão de proximidade se eu vou ao iphone e tenho lá tudo dentro? Acedo a tudo o que me apetece aceder... Tem que haver um link que me faça chegar mais perto desses conteúdos. E o conceito de proximidade é isso. Porque é que interessa o conceito de proximidade? É um “rolo”. Aquilo entra na vida das pessoas...

E isso pode interessar a jovens, como a seniores...

Claramente que sim. Veja o exemplo dos EUA. Cada vez mais os projetos híper-locais estão a ser feitos por jovens jornalistas. E estão a ser consumidos pelas comunidades. São fóruns de debate. Essa é a mais-valia. Investir num jornalismo livre. Investigam-se as elites sem dramas. Porque a internet tem a vantagem de não estar dependente do financiamento.

Entrevista com Pedro Braumann (Diretor do Centro de Estudos do Serviço Público da RTP - grupo de media, ao qual pertencem os canais abertos RTP 1 e RTP2)

31 de Julho de 2012

Como avalia a evolução da TV local e regional no nosso país?

Portugal, em termos de Europa e até internacionais, é um caso relativamente único. Porque as TVs locais e regionais, e basta ir a Espanha em que elas são muito pujantes, existem há muito tempo em muitos países e tae antes da revolução atual tecnológica por distribuição por via hertziana. Em Portugal, sempre houve grande resistência à existência de TVs locais e regionais emitidas por via hertziana, mesmo quando isso era perfeitamente possível em termos analógicos, ou seja, não havia espectro hertziano para haver mais canais nacionais mas havia perfeitamente para canais regionais, inclusive para grandes regiões como Lisboa e Porto. Lembro-me de ter participado nos trabalhos de uma comissão sobre o futuro da televisão em 96, e inclusive foi possível aceitar a ideia de que, por exemplo, o canal 2 na altura da RTP pudesse passar a ser um canal a pagamento, isso passou na comissão e a única questão que não passou foi a questão das TVs regionais porque maioritariamente as pessoas eram contra, porque achavam que não fazia sentido, porque isso ia retirar o modelo às televisões nacionais e pôr em causa as TVs nacionais, sempre um pouco na ideia de que uma TV regional ou local é uma mini TV nacional, o que não é na realidade aquilo que é o modelo mais comum em termos internacionais. O paradoxo chegou ao ponto de na própria TDT, onde praticamente em todos os países da Europa tem sido uma oportunidade para desenvolver televisão local e regional, em Portugal não foi quer no 1º modelo e agora mais recentemente portanto depois do switch-off que ,como sabe, ocorreu no dia 26 de Abril, em princípio estão previstos multiplexes para televisões regionais e distritais, mas até agora isso não avançou. Havia um grande entusiasmo por parte da Associação Portuguesa de Radiodifusão que entretanto passou a incluir não só radio mas também a televisão. Mas a atual crise, de certa forma, também está a dificultar um pouco a evolução para esse tipo de modelo (...) Portanto temos algumas experiências de facto mas um pouco embrionárias e o novo modelo, quer tecnológico, quer económico, em termos de baixa de custos de difusão, de material de gravação, etc. permitiria um outro tipo de evolução. Provavelmente, essa revolução estaria a ser acentuada se entretanto a crise não dificultasse ainda mais e, por outro lado, também as próprias rádios e jornais locais que, nalguns casos, são incentivadores desse tipo de iniciativas noutros países não estivessem também a atravessar eles próprios dificuldades relativamente

elevadas. Portanto, diria que o nosso modelo é entre aspas um mau exemplo daquilo que tem acontecido em muitos países europeus.

Considera que o dividendo digital, ou seja, o espectro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, deve ser aproveitado para o desenvolvimento de serviços de televisão de proximidade? Porquê?

Está previsto um multiplex regional depois do switch-off. Eu por acaso faço parte do Conselho Consultivo da ANACOM e da Comissão Executiva e, de facto, isso está previsto, está indicado. Agora, há aqui problemas complicados, quer dizer, a ANACOM ainda não fez a consulta pública sobre o que é que vai fazer aos multiplexes e ao espectro disponível depois do switch-off, o modelo também de custos de difusão não é um modelo displicente neste caso. Basta ver o que aconteceu com a distribuição dos únicos multiplexes em termos nacionais para perceber que se houver um modelo relativamente mais fluido e mais e de mais fácil instalação, tal como aconteceu nas rádios locais, se calhar o interesse é maior. Se formos para um modelo de grandes concursos públicos, com distribuição feita através da PT ou algo parecido, se calhar aí as dificuldades serão com certeza maiores e portanto também tudo depende muito não só das condições económicas do país, mas também do modelo que venha a ser definido. Infelizmente, o que nós vimos na TDT nacional foi, se calhar, um dos piores modelos europeus. Foi uma oportunidade deitada fora.

Quais considera serem as condições de sucesso para o desenvolvimento da televisão de proximidade em Portugal?

O sucesso da TV regional e local depende das condições de regulação e de política pública e depende também do interesse do Mercado nessa mesma evolução. E essas condições do mercado são neste momento particularmente difíceis. Eu recorro todavia que há modelos internacionais, e estou a pensar no próprio caso espanhol, em que às vezes o sucesso desse tipo de iniciativas pode ser facilitado por uma lógica inclusive mais cooperativa. Vou dar exemplos, se eu quiser comprar séries ou filmes, eu posso comprar individualmente para cada um dos serviços de programas ou antigos canais, ou posso comprar em bloco para um conjunto de TVs locais e regionais, e portanto o preço depois baixa. Ou seja, pode haver vários modelos alternativos em termos económicos que viabilizem mais essa iniciativa. Por outro lado, nós também temos experiências, nomeadamente em Espanha, de que forma é que evoluiu essa TV local e regional. Portanto, embora tenha algum interesse em termos de informação ou de outras coisas, nós sabemos por exemplo que à noite só passam praticamente anúncios, pornografia, etc. Portanto, no fundo, se calhar não é o melhor modelo em termos evolutivos e em termos do interesse público. Eu acho que está a faltar em Portugal, ao contrário do que se fez noutros países, e estou a pensar por exemplo no caso do CSA francês,

acho que falta uma reflexão sobre os modelos possíveis e sobre as alternativas, e depois uma decisão política. Porque normalmente, o problema entre nós, é este: não se pensam as coisas, depois é preciso fazer muito rapidamente porque já não há tempo, isso leva a que seja tomada uma decisão que não se sabe muito bem qual é o resultado, e depois quando o resultado é mau, diz-se que o modelo não resultou e que foi mal implementado ou que a plataforma não é boa. Porque nunca houve aquilo que habitualmente é importante em termos de política pública e nomeadamente num espaço tão importante como o da Comunicação Social. Em relação à televisão em Portugal, planejaram pouco as coisas e não deixaram... Quer dizer, é evidente que o Mercado é importante, é evidente que as questões de Mercado devem ser salientadas, mas os problemas em termos da política pública têm que ser estudados previamente, e devem ser também, na medida do possível, objeto de consulta pública. Em Portugal, não se ouve nem os órgãos locais, nem se ouve as universidades, não se ouve ninguém. Decide-se, e depois ter fé em Deus e vamos ver se funciona.

(...)

Os mais recentes concursos que eu tenho visto no CSA francês em relação às televisões locais e regionais, pareceram-me de uma maneira geral bem construídos, e com uma preocupação bem integrada entre questões relacionadas com o Mercado e questões relacionadas com o interesse público.

(...)

Em Espanha, há um problema adicional que eu não referi há pouco e que é muito relevante. Eles abriram de tal forma o espaço que, a certa altura, o número de serviços de programas a ser lançados era de tal maneira grande que era incomportável, portanto eles tiveram que recuar. Tem que haver uma compatibilidade entre aquilo que tecnologicamente é possível e aquilo que o Mercado pode absorver, pelo menos de uma determinada fase. Aquilo que o Mercado pode absorver de forma a pôr cá fora serviços de qualidade e de interesse público mínimo, e não do estilo das “noites espanholas”.

Que modelo de negócio serviria para Portugal? Deveria haver algum apoio estatal?

Não é fácil haver apoio estatal, porque inclusive eu e a Confederação Portuguesa de Meios de Comunicação Social e mesmo em termos do QREN, neste momento, não é possível apoios para este setor. E nalguns casos mesmo quando é possível, só é possível nalgumas zonas geográficas muito específicas por causa do Quadro Comunitário de Apoio e da questão da média comunitária do PIB estar acima ou não... E portanto regiões como Lisboa e Vale do Tejo não estão incluídas. (...) Os apoios estatais não são muito fáceis a esse nível. O que pode haver, e essa era uma das hipóteses que tínhamos

pensado, era por exemplo, se fossem lançadas televisões regionais, tal como está a acontecer neste momento em relação às rádios locais no caso da RTP, poder haver programas cedidos em determinadas condições especiais (...) conteúdos/lusa com conteúdos de TV regional

(...)

Um modelo de sucesso de desenvolvimento da televisão regional e local é um modelo relativamente difícil, muito embora obviamente seja mais fácil lançar uma televisão regional na área metropolitana de Lisboa ou do Porto do que, por exemplo, no Alentejo. A população é menor, o potencial de receitas publicitárias também não é o mesmo. Tudo isso conta substancialmente. Aliás, basta ver o caso da Madeira e dos Açores para perceber que dificilmente nalguns casos e com algum nível de qualidade, depois não há mercado publicitário que aguento. Mas não seria impossível que, nalguns casos, houvesse determinado tipo de programação do interesse público de proximidade que pudesse ter algum tipo de apoio público, em relação só a esse tipo específico de programação. Senão, no limite, e se caminharos – espero que não – pelo caminho espanhol nalguns casos, no limite o Estado estaria a apoiar a distribuição de determinados conteúdos noturnos menos agradáveis. Portanto, pode ser um modelo interessante, mas tem que ser pensado e daí a tal relevância da consulta pública e de um estudo de mercado. Não só um estudo do mercado de benchmarking internacional, é também um estudo do mercado nacional e das características desse mercado. Curiosamente, a ERC fez um estudo sobre as rádios locais e a imprensa local e regional e nunca se preocupou com a questão da televisão, que é outra questão obviamente bastante relevante, até porque neste momento, no caso dos jornais, está a haver claramente uma transição para novos modelos, nomeadamente online, etc. Ora, é evidente que uma parte do consumo de proximidade vai passar por uma lógica multimédia, seja ela através de um canal de televisão tradicional, seja ela através de disponibilização de conteúdos online nos sites, etc. A dúvida que eu tenho e que me parece relevante neste caso, é se nalgumas situações em que não haja viabilidade em termos de mercado, em certas zonas, tal como acontece com as rádios, poderá provavelmente fazer sentido, nalguns casos, nomeadamente nos casos em que não se justificar uma distribuição hertziana e que seja difícil entrar em plataformas de cabo ou IPTV ou outros, poder-se-á justificar, nalguns casos, pensar num modelo de distribuição de conteúdos locais e regionais, que seja um modelo multimédia em que haja uma miscelânea de conteúdos tradicionais do jornalismo online, com aquilo que já é conteúdos audiovisuais, nomeadamente em vídeo. Esse modelo pode ser um modelo interessante de acesso a conteúdos para onde não houver espaço económico para televisão local e regional. E nalguns casos até depois se correr bem pode evoluir para televisão. Ou seja, eu não fecharia modelos. Hoje em dia acho que pensar exclusivamente em televisão...

(...) A forma de distribuição de canais com uma grelha e mesmo muitos canais regionais, por exemplo estou-me a lembrar da televisão de Bruxelas, têm um sistema de pescadinha. Ou seja, têm muito poucas horas novas, mas vão repetindo os mesmos programas, como aliás acontece em muitos canais temáticos.

Qual deve ser o papel da RTP no desenvolvimento das TVs de proximidade?

Eu acho que um dos papéis mais importantes do serviço público passa, exatamente, por essa televisão de proximidade. Ela aparentemente existiu e estava na base daquilo a que se chamou na altura a RTP N. Aliás eu na altura desenhei um modelo possível disso e aproximei dessa lógica da informação de proximidade, que eu achava que era o que se justificava em termos de um novo canal de informação de serviço público, que não repetisse fundamentalmente um modelo que era o da SIC Notícias e, mais tarde o da TVI24, o que veio a acontecer na prática. Porquê essa questão? Porque eu acho que, em termos de informação, na realidade, o serviço público deve ter componentes de serviço que não têm que ser obrigatoriamente diferentes dos privados, mas devem ser, se possível, nalguns casos aquilo que os privados não podem, não deseja, ou não há condições económicas que o justifiquem fazer. E a televisão de proximidade, mais a mais porque não há televisões locais e regionais em Portugal, sempre me pareceu um aspeto relativamente relevante. A RTP já teve serviços regionais (não era muito tempo) distribuídos de forma diferente pelo país, que não tinham a ver com a lógica regional, mas tinham fundamentalmente a ver com as antenas de distribuição do sistema analógico que havia e que você, em cada antena, pudesse distribuir conteúdos diferentes. Neste caso, com a TDT, como tem frequência única, não há essa distribuição. (...) Mas o papel que eu achava que era importante para o serviço público era, de facto, ou criando uma rede ou fazendo acordos com televisões regionais e locais, um pouco também à imagem do que já existe com a Madeira e com os Açores, ser um apoio particularmente na área da informação. Já agora, deixe-me dar-lhe uma nota que é interessante. Nós assinámos o ano passado, com a Associação Portuguesa de Radiodifusão, um protocolo na área da rádio, que previa a colaboração entre as rádios locais e regionais e a RTP, e um dos pontos que lá está previsto e que deve começar a ser documentado muito brevemente, é a hipótese de essas rádios utilizarem a informação da RDP e os noticiários serem utilizados em comum, mas tem outra nuance que é o seguinte: pode haver trocas de notícias entre as rádios locais e a RDP. Eu achava que esse modelo, nomeadamente em termos da área da Informação, podia ser interessante para as televisões locais. E sobretudo apostaria numa lógica em que, nesta fase, as rádios locais poderiam desempenhar um papel relativamente importante no incremento dessas televisões locais e regionais. O receio que eu tenho é: se nós vamos para um modelo muito parecido com o

que aconteceu nas rádios locais, que permite que sejam fundamentalmente grupos de grande dimensão nacional ou internacional a controlar as televisões locais e regionais, corremos o risco de aquilo ser aproveitado como extensões em que depois, fundamentalmente, existem os conteúdos de extensão nacional ou internacional, mas se tenta aproveitar depois o mercado local de publicidade, devidamente adaptada. Penso que isso em termos de lógica de interesse público... (...) Eu acho que seria importante exigir, pelo menos, um grau de participação mínima local, ou de capitais... Em Portugal, há um problema adicional em relação ao que acontece nalguns outros países, que é a questão da relação entre as televisões e o poder político. Porque você consegue muito facilmente lançar uma televisão local através de uma câmara municipal. Só que isso também tem consequências... Repare, neste momento há vários modelos, ou seja, você consegue chegar ao mesmo efeito se, por exemplo, for feito um protocolo com a televisão local com um acordo que diz que é feita x por cento de publicidade por ano. O mito de que a propriedade é (...)

Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

Sou adepto do princípio de que, neste momento, estamos numa lógica de “glocal”, ou seja, de global e local, e as duas interagem continuamente. Eu não diria que Portugal é um país em que a questão local seja às vezes tão relevante como acontece nalguns outros países, embora seja relevante. Não tem a mesma relevância, por exemplo, que a Espanha. (...) Cada vez mais há um jornalismo de gabinete (...) Em termos locais, temos outro problema. Nós podemos perfeitamente ter notícias locais, mas os jornais locais estão em quebra regressiva de vendas e, em alguns casos, com dificuldades cada vez maiores. Depois, muitos deles têm jornalistas não profissionais. Depois, tem outro problema complicado que é muitas dessas regiões são aquelas em que as pessoas utilizam menos a internet, portanto, a passagem ao modelo digital é relativamente mais difícil ou mais complexa. Recentemente, o portal do jornalismo local e regional foi atualizado e permite um acesso relativamente mais elevado do que acontecia anteriormente. Eu diria que há espaço para um jornalismo de proximidade cada vez maior. A minha dúvida, neste momento, é: esse jornalismo tenderá fundamentalmente para um jornalismo de proximidade “de rua”, ou seja, o crime, o incêndio, etc., ou para um jornalismo de reflexão? Eu acho que tende muito mais para um de proximidade de rua do que para de reflexão, até porque, em muitos casos, a não qualificação profissional das pessoas, ou outros fatores, levam a que essa reflexão seja relativamente mais diminuta. Diria que o jornalismo local e regional conhece muito mais esse problema até do que o próprio jornalismo nacional que, por sua vez, também já

tem cada vez mais esse tipo de problema. Também é verdade que se nós olharmos para o modelo dos jornais nacionais, verificamos várias coisas. Primeiro, que a grande maioria das notícias é de agência – o que faz reduzir custos, mas torna os jornais todos muito parecidos – segundo, que em Portugal se insiste talvez demasiado no jornalismo de opinião de não jornalistas. E isso está-se a refletir cada vez mais na televisão, num modelo que não é normal noutros países, comentadores políticos que são políticos, por exemplo. (...) Por outro lado, também não acredito muito que, em termos do jornalismo de proximidade, seja fácil ultrapassar este tipo de questões. E é também mais difícil para o jornalismo de proximidade, que seja em termos de jornais quer em termos de rádio, reagir com novos paradigmas tecnológicos quando as dificuldades económicas são, nalguns casos, de sustentação mínima.

As Web TV podem constituir uma alternativa ao desenvolvimento de canais locais e regionais hertzianos?

De facto, há muitas experiências, algumas delas relativamente interessantes, mas já reparou que algumas dessas televisões têm menos consultas que os blogues? Ou seja, elas existem, mas agora tem que também analisar a sua relevância no espaço público. Quando eu estou a falar em termos de meios de comunicação social, obviamente que a dimensão que esses meios atingem em termos de penetração no público não pode ser indiferente. E acho que, nalguns casos, estamos a falar de experiências relativamente amadoras, ou de pouca influência, ou que pouco afetam as populações. São pouco vistas, a não ser em casos pontuais, em determinadas circunstâncias. (...)

Isso está a crescer em número, mas não tanto em termos de penetração. No caso do mercado televisivo, nós temos hoje novas formas de medir as audiências, com a GfK. No caso da medição de audiências, você verifica que os quatro canais tradicionais andam pouco acima dos 60%... Portanto, os outros – canais de cabo satélite, etc. – já andam perto dos 40%. Ora bem, aqui você está a notar claramente uma mudança no paradigma em termos de significado de audiências. Se for ver em termos de audiência, essas televisões regionais, verifica que o número de pessoas que viram esses canais é baixíssimo. Nalguns casos, é inferior ao que acontece com os próprios jornais regionais. Ou seja, ou não chega junto do público, ou a qualidade é considerada relativamente baixa ou, na prática – e isso é que é a questão relevante – não são de facto televisões. São uma disponibilização de vídeos que depois podem ser eventualmente alinhados para dar uma grelha, mas que não tem uma lógica de televisão. Neste momento, em que há uma tal dispersão da lógica de acesso devido à evolução tecnológica, nós temos que encontrar algum ponto referencial em termos de mercado. E esse ponto referencial em termos de mercado tem que ser obviamente um número de acesso, ou as audiências, ou outra coisa qualquer, que nos permita medir qual é o impacto

junto do público. O que eu constato na maioria desses casos é que esse impacto é relativamente pequeno. (...)

(...)

Eu acredito também que futuramente poderá haver portais relativamente multifuncionais que permitam acessos a diferentes tipos de conteúdos, inclusive a conteúdos de âmbito regional. Ou seja, aquilo que você está a notar como evolução, por exemplo, no Google ou noutros motores de busca, seja depois transponível para uma lógica de televisão de proximidade em que você começa a ter acesso a conteúdos dessa mesma proximidade, mas já sei uma lógica televisiva tradicional. Portanto, eu diria que há um espaço possível (...) de televisão local e regional. Nós não seguimos esse caminho até agora. Nós temos dois caminhos alternativos abertos: um que é uma aposta na televisão local e regional tradicional, como os outros fizeram mas mais tarde, e um segundo que é apostar desde logo numa que seja, ao mesmo tempo, interativa e que permita o acesso a diferentes tipos de conteúdos. Há bocado falava-lhe no portal dos jornais locais e regionais, que permitem esse acesso relativamente multi-facetado

(...)

Eu acho que é importante, por um lado, compreender qual é o modelo de televisão de proximidade. Eu acho que qualquer modelo de televisão local ou regional deve ter uma componente relevante de informação local e regional, e isso deve ser uma componente importante nas obrigações desses canais, caso venham a existir. Essa componente deve ser o fator que justifique o interesse público da existência.

Entrevista com Sérgio Denicoli (professor na Universidade do Minho, investigador especializado em Televisão Digital)
29 de Setembro de 2012

1. Como avalia a evolução da televisão local e regional em Portugal?

Com a Internet, as TVs locais portuguesas tiveram um grande impulso, que se desenhou a partir da construção de Web TVs. A primeira que surgiu em Portugal foi a Famalicão TV, em 2005, que ainda está no ar, agora com o nome de Fama TV. Existem centenas de projetos de Web canais em Portugal, sendo que os mais relevantes em geral fazem parte de grupos que concentram outros veículos de comunicação.

No caso da TV espectral, com o advento da TV digital terrestre chegou-se a construir um projeto que permitiria a existência de canais locais numa plataforma de TDT paga. No entanto, a Portugal Telecom, que havia recebido as licenças para operar a plataforma, acabou por desistir de implementar o sistema e a possibilidade não foi mais colocada pelo regulador das comunicações.

De qualquer forma, após o apagão analógico há muitas frequências livres e há estudos que preveem frequências regionais (três por região) e distritais (uma por distrito). Resta saber se elas serão realmente utilizadas no futuro. Até o momento parece-me uma hipótese improvável, pois o debate sobre o assunto parece ter sido encerrado pelo governo e pela Anacom.

2. Quais os principais obstáculos ou barreiras ao desenvolvimento da TV local e regional em Portugal?

Se considerarmos as Web TVs, os obstáculos são principalmente económicos, pois muitos canais não sobrevivem porque não conseguem meios de financiamento que possibilitem que o negócio torne-se lucrativo. Já no caso dos canais na TDT, há obstáculos económicos e políticos. Os económicos dizem respeito, sobretudo, aos atuais operadores, que alegam que o mercado já está saturado. Já as barreiras políticas demonstram que não há um interesse dos principais partidos em incentivar a distribuição de frequências para emissões locais e regionais, justamente por estarem muito ligados aos grandes grupos empresariais que não desejam que haja uma ampliação do mercado televisivo.

3. Considera que o dividendo digital, ou seja, o espectro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, deve ser aproveitado para o desenvolvimento de serviços de televisão de proximidade? Porquê?

A TV de proximidade é uma realidade em muitos países da Europa e tem características próprias que diferem não apenas em programação, mas no modelo de gestão, se compararmos com os canais nacionais. Acredito que é sempre uma mais valia termos uma cobertura local e regional e uma programação específica para determinados sítios. Há espaço no espectro para

que os canais locais possam ser transmitidos e, inclusive, muitas Web TVs surgiram com a esperança de que no futuro pudessem receber uma concessão para emitir através do espectro.

O debate em torno do dividendo digital até o momento centrou-se apenas na questão da Internet em banda larga, o 4G, e não se expandiu para outras áreas que poderiam incluir a TV de proximidade. No entanto, como há muitas frequências livres, é necessário que as discussões em torno da utilização do espectro que foi libertado com o fim da TV analógica voltem a ocupar um espaço de destaque na sociedade, sobretudo no que diz respeito às políticas audiovisuais.

4. Qual a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a Televisão Digital Terrestre (TDT) e a IPTV, e da veiculação de conteúdos via móvel, no desenvolvimento de serviços de TV local e regional?

As novas plataformas de distribuição digital são um reflexo da própria evolução tecnológica, que vem acabar com a ideia de que fazer televisão é algo caro e distribuir os sinais ainda mais dispendioso. Hoje as audiências já não são hegemónicas na TV terrestre, pois os canais de TV paga (via cabo coaxial, satélite, fibra ótica ou IPTV) detêm a maior parte da audiência em Portugal. Com o advento da Internet espectral em banda larga e com o crescimento da demanda por comunicações móveis, provavelmente num futuro próximo as audiências que hoje ainda estão perante a TV migrarão definitivamente para a Web, o que tornará o cenário televisivo completamente diferente, com mais interação e com o próprio utilizador a transmitir em canais específicos as suas captações.

5. Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

O jornalismo hoje já é plenamente multimédia, em termos não apenas de produção, mas também de distribuição. A grande mudança é a separação do conteúdo da forma. A informação hoje pode ser desmontada pelos utilizadores e reorganizada de uma forma diferente para depois ser partilhada. O utilizador é o elemento novo no jornalismo, não apenas como um gatekeeper que vai selecionar e distribuir notícias para as suas redes, mas também como produtor de informação. A imprensa há muitos anos tenta encontrar, sem sucesso, um modelo que seja adequado às exigências dos novos tempos e que seja também lucrativo.

O próprio conceito do que é jornalismo está sendo alterado. Há mais espaço para opinião e em muitos casos é a opinião de cidadãos comuns que conta mais. O jornalismo de viagens por exemplo, foi praticamente substituído por sites onde os turistas emitem opiniões sobre os locais visitados, sobre hotéis, restaurantes, etc. E há outros nichos onde isso vem ocorrendo. Acredito que só vamos ter a noção exata de como a Internet alterou o jornalismo dentro de algumas décadas e o jornalismo de proximidade certamente ganhará um novo

fôlego com o crescimento do acesso às redes online. Aliás, eu não falaria de jornalismo de proximidade, mas em jornalismo de redes de afinidade, que podem incluir um espaço geográfico, mas que abrange uma enorme gama de interesses.

6. Gostaria de adicionar outros comentários ou recomendações relativos a este tema?

Acredito que um estudo específico sobre o percurso das Web TVs em Portugal seria muito importante para que o estudo que propõe pudesse demonstrar os caminhos das TVs de proximidade. Mais do que os canais difundidos por meio do espectro radioelétrico, são os canais presentes na Internet que têm cumprido o importante papel de divulgar conteúdos locais e regionais no país.

Respostas de Susana Gato Ribeiro – secretária-geral da Associação de Produtores Independentes de Televisão

26 de Julho de 2012

1. Como avalia a evolução da televisão local e regional em Portugal?

Com o desenvolvimento de novos meios e tecnologias que, sem dúvida, proporcionam o aparecimento de mais Canais - facilitando a forma como os conteúdos chegam às pessoas - julgo que esta evolução se tem acelerado nos últimos anos, embora não através dos meios tradicionais, mas sim mais ligados à internet.

2. Quais os principais obstáculos ou barreiras ao desenvolvimento da TV local e regional em Portugal?

Seguramente a falta de meios, quer financeiros, quer facilitadores da instalação deste tipo de projectos. A inexistência de apoios e estímulos à abertura de mais canais locais e regionais, também não facilita o processo.

3. Considera que o dividendo digital, ou seja, o espectro radioelétrico disponível após o desligamento do sinal analógico, deve ser aproveitado para o desenvolvimento de serviços de televisão de proximidade? Porquê?

O dividendo digital é algo que deve, em primeiro lugar, beneficiar as populações, proporcionando-lhe conteúdos portugueses, feitos por portugueses, para portugueses.

Há uns anos atrás, a APIT defendeu que o Dividendo digital permitiria a abertura de um novo canal generalista (o chamado 5º Canal). É claro que os tempos eram outros e o mercado publicitários também. Hoje em dia, a fragmentação da publicidade a que a abertura de um novo canal generalista conduziria, não permite que pensemos nesses moldes, sendo necessário adaptarmo-nos à realidade, pelo que a ideia de apostar em pequenos mercados, regionais e locais, pode bem ser uma boa opção.

4. Qual a importância das novas plataformas de distribuição digital de sinal, como a Televisão Digital Terrestre (TDT) e a IPTV, e da veiculação de conteúdos via móvel, no desenvolvimento de serviços de TV local e regional?

A simplificação dos meios de distribuição facilita todo o processo, pelo que a aposta deve centra-se nos conteúdos em si, por recurso à criatividade dos Produtores independentes, que depois circularão pelas diversas plataformas facilitando o acesso dos cidadão aos mesmos.

5. Em que medida o “jornalismo de proximidade” pode beneficiar do contexto de adoção de novas tecnologias e plataformas para a produção e distribuição de conteúdos televisivos?

A proximidade das populações é sempre uma mais valia, sobretudo quando saímos dos grandes centros urbanos. Tudo o que signifique levar às pessoas a

sua realidade, favorecerá as pessoas e o desenvolvimento da comunidade local, apostando no que é nacional.

6. Gostaria de adicionar outros comentários ou recomendações relativos a este tema?

Julgo ser importante sublinhar a necessidade destes projectos, locais e regionais, se apoiarem em conteúdos originais portugueses feitos por produtores independentes. Só através de conteúdos feitos no nosso País, conseguiremos chegar a todos os públicos, dando a conhecer a nossa cultura, língua e património. É imprescindível criar uma acervo de memória para que as gerações vindouras conheçam, verdadeiramente, o nosso Património cultural e isso só se consegue apostando na criação original portuguesa.