



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARQUITETURA, ARTES E TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO

DOUTORAMENTO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

O PAPEL DA TELEVISÃO PÚBLICA NA PROMOÇÃO DA LÍNGUA PORTUGUESA

Tese apresentada a provas públicas para a obtenção do grau de Doutor em Ciências da Comunicação, orientada pela Professora Doutora Carla Alexandra Oliveira Rodrigues Cardoso

Sandra Marina Claudino Duarte Tavares / N° 22008701

2024

www.ulusofona.pt



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARQUITETURA, ARTES E TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO
DOUTORAMENTO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

O PAPEL DA TELEVISÃO PÚBLICA NA PROMOÇÃO DA LÍNGUA PORTUGUESA

“VERSÃO FINAL”

Tese defendida em provas públicas na Universidade Lusófona - Centro Universitário de Lisboa, no dia 17/06/2024, perante o júri nomeado pelo Despacho de Nomeação n.º: 767/2024, de 16 de fevereiro de 2024, com a seguinte composição:

Presidente:

Prof. Doutor José de Figueiredo Gomes Pinto (Professor Catedrático da Universidade Lusófona) por delegação do Reitor da Universidade Lusófona – Centro Universitário de Lisboa;

Arguentes:

Profª. Doutora Orquídea Moreira Ribeiro (Professora Associada c/ Agregação da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro);

Prof. Doutor Eduardo Cintra Torres (Professor Auxiliar da Universidade Católica Portuguesa);

Vogais:

Profª. Doutora Carla Preciosa Braga Cerqueira (Professora Associada da Universidade Lusófona);

Profª. Doutora Maria José Lisboa Brites de Azevedo (Professora/Investigadora da Universidade Lusófona);

Orientador:

Profª. Doutora Carla Alexandra Oliveira Rodrigues Cardoso (Professora Associada da Universidade Lusófona).

Sandra Marina Claudino Duarte Tavares / N° 22008701

2024

www.ulusofona.pt

*“Da minha língua vê-se o mar.
Da minha língua ouve-se o seu rumor,
como da de outros se ouvirá o da floresta
ou o silêncio do deserto.
Por isso, a voz do mar
foi a da nossa inquietação.”*

Vergílio Ferreira

Aos meus filhos

AGRADECIMENTOS

Expresso nestas linhas a minha profunda gratidão a todos aqueles que, em diferentes momentos e de diferentes formas, contribuíram para a realização deste trabalho de investigação.

À professora Carla Rodrigues Cardoso, a quem devo a orientação deste trabalho, agradeço toda a postura de rigor científico, todas as observações, sugestões e correções, sempre oportunas e pertinentes. Mas mais do que uma dívida intelectual imensa, devo-lhe o ânimo e o encorajamento que sempre me deu e toda a confiança que em mim depositou.

Ao professor Manuel José Damásio, Diretor do Curso de Doutoramento em Ciências da Comunicação, agradeço-lhe as sugestões bibliográficas e a discussão de muitos aspetos científicos.

A todos os professores do Curso de Doutoramento, o meu obrigado pelos conhecimentos que me transmitiram, sem os quais não seria possível levar a “bom porto” este trabalho.

A todos os meus colegas, agradeço todo o apoio, toda a amizade que fomos construindo a partir do nosso grupo do Whatsapp e, sobretudo, ao grupo dos *Fofíssimos*: Cátia Cruz, Celestino Carvalho e Ivan Barroso, pelo ombro amigo nos momentos de desânimo e pelas palavras calorosas nas “noites frias de inverno”...

A todas as pessoas entrevistadas, pela sua disponibilidade e generosidade em responderem às diferentes questões que constituíram o guião de entrevistas deste trabalho.

Ao Dr. Hugo Aragão, Coordenador do Arquivo da RTP, pela gentileza de me dar acesso aos programas de língua portuguesa desde o início da história da RTP, para um visionamento atento e respetiva análise. Ao Dr. João Barreiros, Diretor da RTP Ensina, pela sua sempre disponibilidade e generosidade.

Aos três homens da minha vida – Marcos, Francisco e Rodrigo – agradeço a compreensão pelas várias noites fechada no “convento”, as orações diárias e, sobretudo, o seu amor incondicional, que foi a cada dia o maior dos estímulos.

Aos meus pais, pelo exemplo de fé, pela ajuda inestimável, pelo valor do trabalho e pelo profundo amor.

Finalmente, a minha profunda gratidão: a Jesus Cristo, a minha fonte inesgotável de vida, amor e inspiração. Sem mais palavras, não as encontro e jamais as encontrarei à medida de todo o meu reconhecimento.

RESUMO

Esta investigação teve como principal objetivo compreender o papel da televisão pública na promoção da língua portuguesa. Procurou-se perceber de que modo é que o serviço público de televisão português, assegurado pela RTP, tem promovido a língua portuguesa, ou seja, de que forma tem cumprido esta missão que se encontra expressa no contrato de concessão com o Estado português.

De forma a cumprir o objetivo proposto, optou-se por uma metodologia qualitativa, organizada em dois momentos: num primeiro momento, o recurso à análise de conteúdo, a partir da criação de uma grelha de análise dos programas sobre língua portuguesa emitidos pela RTP ao longo da sua história. O segundo momento consistiu na realização de entrevistas semiestruturadas dirigidas aos responsáveis pela RTP, à Provedora do Telespectador e a um representante da Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Depois de uma caracterização dos programas, fez-se o cruzamento da análise desses programas com a análise das entrevistas realizadas.

Os resultados desta investigação revelam uma grande falta de valorização da promoção da língua portuguesa por parte do canal público de televisão. Constatou-se que o número de programas exclusivamente dedicados à língua portuguesa emitidos pela RTP ao longo da sua história é francamente diminuto. Identificámos apenas sete programas em 66 anos de RTP e o único espaço atual na programação da RTP é a rubrica Bom Português, que visa esclarecer dúvidas linguísticas.

Tendo a RTP a obrigatoriedade de contribuir para a promoção da língua portuguesa e considerando a sua função educativa, cultural e de responsabilidade social, enquanto serviço público de televisão, concluímos que seria crucial reforçar esse compromisso com a língua, atribuindo-lhe um espaço permanente, em horário nobre, em pelo menos um canal da RTP.

PALAVRAS-CHAVE: televisão, serviço público de televisão, RTP, língua portuguesa, programas televisivos

ABSTRACT

This research aimed to understand the role of public television in promoting the Portuguese language. We sought to understand how the Portuguese public television service, provided by RTP, has promoted the Portuguese language, in other words, how it has fulfilled this mission expressed in the concession contract with the Portuguese State.

In order to achieve the intended goal, a qualitative methodology was selected, organized in two stages: firstly, the use of content analysis, based on the creation of an analysis grid of Portuguese language programs broadcast by RTP throughout its history. The second stage consisted of semi-structured interviews with RTP officials, with the Viewer Ombudsman and with a representative of the Portuguese Regulatory Authority for the Media. After characterizing the programs, the analysis of these programs was crossed with the analysis of the interviews carried out.

The results of this investigation reveal a significant lack of emphasis on promoting the Portuguese language by the public television channel. It was observed that the number of programs dedicated exclusively to the Portuguese language broadcasted by RTP over its history is quite limited. Only seven programs were identified in 66 years of RTP, and the only current program in RTP's schedule is the segment "Bom Português," aimed at addressing linguistic issues.

Considering RTP's obligation to contribute to the promotion of the Portuguese language as well as its educational, cultural, and social responsibilities as a public service broadcasting entity, it is concluded that reinforcing this commitment to the language is crucial. This could be achieved by allocating a permanent slot in prime time on at least one RTP channel to programs dedicated to the promotion of the Portuguese language.

KEYWORDS: television, public television service, RTP, Portuguese language, television programs

ÍNDICE

Agradecimentos.....	5
Resumo.....	6
Abstract.....	7
INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO 1 - TELEVISÃO E SERVIÇO PÚBLICO.....	13
1.1. A televisão: historiografia e papel na sociedade.....	13
1.1.1. Um breve olhar histórico sobre a televisão.....	13
1.1.2. O papel da televisão na construção social da realidade.....	16
1.2. O serviço público de televisão.....	22
1.2.1. O serviço público de televisão: definição e missão.....	22
1.2.2. Os desafios do serviço público de televisão.....	26
1.2.3. O serviço público de televisão na Europa: alguns exemplos.....	33
1.3. O serviço público de televisão em Portugal.....	34
1.3.1. A história da RTP.....	34
1.3.2. Caracterização do serviço público de televisão português.....	39
1.3.3. A missão da RTP na promoção da língua portuguesa.....	45
1.3.4. O papel do Provedor do Telespectador.....	48
CAPÍTULO 2 - A LÍNGUA PORTUGUESA.....	52
2.1. Introdução.....	52
2.2. Breve história da língua portuguesa	53
2.3. Língua portuguesa: unidade e diversidade	56
2.4. A língua portuguesa no mundo.....	58
2.5. Normalização linguística.....	60
CAPÍTULO 3 - METODOLOGIAS.....	64
3.1. Investigação qualitativa vs. Investigação quantitativa.....	64
3.2. Análise de conteúdo.....	66
3.3. Grelha de análise.....	70
3.4. A entrevista enquanto instrumento metodológico.....	81

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	86
4.1. Análise dos programas sobre língua portuguesa da RTP.....	86
4.1.1. Caracterização dos programas.....	86
4.1.1.1. Crónicas de Bem Dizer.....	86
4.1.1.2. Falar Português.....	90
4.1.1.3. Bom Português.....	93
4.1.1.4. Concurso Fala Escreve Acerta Ganha.....	97
4.1.1.5. Agora, o português.....	99
4.1.1.6. Cuidado com a Língua.....	102
4.1.1.7. Concurso Falar, Falar Bem, Falar Melhor.....	105
4.1.2. Apresentação dos resultados da análise de conteúdo.....	108
4.1.3. Análise crítica dos programas.....	116
4.1.4. Síntese dos resultados.....	128
4.2. Análise das entrevistas realizadas.....	129
4.2.1. Responsáveis pelo serviço público de televisão.....	129
4.2.2. Provedora do Telespectador.....	135
4.2.3. Representante da ERC.....	137
4.3. Cruzamento da análise dos programas com os resultados das entrevistas.....	141
CONCLUSÕES.....	144
REFERÊNCIAS.....	149
ANEXOS.....	i

INTRODUÇÃO

Esta investigação tem como principal objetivo compreender o papel da televisão pública na promoção da língua portuguesa.

Atualmente, o serviço público de televisão é prestado nos termos de um contrato de concessão entre o Estado Português e a RTP. Neste contrato, existem três cláusulas que referem expressamente a promoção da língua portuguesa, designadamente:

Cláusula 4.^a – Princípios de Atuação

Ponto 2, alínea b): A promoção da cultura e da língua portuguesa e dos valores que exprimem a identidade nacional, de acordo com uma visão universalista, aberta aos diferentes contextos civilizacionais e promotora dos direitos fundamentais.

Cláusula 5.^a – Objetivos do Serviço Público

Alínea c): promover a língua e a cultura portuguesa, a lusofonia e os princípios comuns europeus, valorizar o saber e a diversidade, contribuindo para o esclarecimento dos públicos.

Cláusula 7.^a – Âmbito

Ponto 5, alínea c): A promoção da cultura e da língua portuguesas.

Considerando estas cláusulas, importa-nos compreender de que forma a televisão pública tem promovido a língua portuguesa, dando cumprimento às respetivas alíneas do contrato de concessão com o Estado português. Assim, a pergunta de partida desta investigação é a seguinte: considerando a função de serviço público de televisão em Portugal e o contrato de concessão assinado entre a RTP e o Estado português, qual o papel da televisão pública na promoção da língua portuguesa?

A língua portuguesa, enquanto fundamento da soberania nacional, é um elemento essencial do património cultural português. É uma marca inestimável da cultura portuguesa, por isso, preservá-la significa defender a identidade, os costumes e a história de Portugal.

De acordo com o Centro de Informação Europeia Jacques Delors, do Ministério dos Negócios Estrangeiros, a língua portuguesa está entre as línguas mais faladas do mundo, sendo a terceira língua europeia (depois do inglês e do espanhol) com o maior número de falantes. Com mais de 260 milhões de falantes, é língua oficial dos países que constituem a Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP): Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste. É também língua oficial ou de trabalho em 32 organizações internacionais, incluindo União Europeia, Mercosul, União Africana, agências e organismos das Nações Unidas.

Com base nestes factos, consideramos que esta investigação se torna relevante, na medida em que se pretende perceber de que forma é que a RTP tem promovido a língua portuguesa enquanto património linguístico e cultural, cumprindo a sua missão expressa nas cláusulas 4.^a, 5.^a e 7.^a do contrato de concessão com o Estado português.

O trabalho desenvolvido estrutura-se da seguinte forma: no Capítulo 1, apresentamos primeiramente um breve olhar histórico sobre a televisão, refletindo sobre o seu papel na construção social da realidade. Em seguida, explanamos o conceito de serviço público de televisão, bem como os desafios que o serviço público de televisão enfrenta nos dias de hoje, nomeadamente, as novas plataformas de comunicação digital, a transição do serviço público de televisão para um serviço público de *media*, a independência do serviço público de televisão da influência política e, finalmente, a sua credibilidade e confiança num contexto de desinformação. Este primeiro capítulo inclui uma secção dedicada ao serviço público de televisão em Portugal: começamos por conhecer a história da RTP, em seguida, procuramos perceber qual a sua missão na promoção da língua portuguesa e, finalmente, qual o papel do Provedor do Telespectador.

O Capítulo 2 é totalmente dedicado à língua portuguesa. Começamos por apresentar uma breve história da língua portuguesa, em seguida exploramos o tema da diversidade linguística e, por fim, apresentamos um apontamento sobre normalização linguística.

No Capítulo 3 apresentamos as metodologias de trabalho, tendo optado por uma metodologia qualitativa, organizada em dois momentos: num primeiro momento, o recurso à análise de conteúdo, a partir da criação de uma grelha de análise dos programas sobre língua portuguesa emitidos pela RTP ao longo da sua história. O segundo momento do desenho metodológico consiste na realização de entrevistas

semiestruturadas dirigidas: aos diretores dos diferentes canais da RTP, à Provedora do Telespectador e a um representante da ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

O Capítulo 4 é dedicado à análise e à discussão dos resultados: É neste capítulo final que é feita a caracterização dos sete programas identificados de promoção da língua portuguesa na RTP ao longo da sua história e são apresentados os resultados da análise de conteúdo, bem como a análise das entrevistas realizadas. Constatou-se que o número de programas exclusivamente dedicados à língua portuguesa emitidos pela RTP é quase residual. Identificámos apenas sete programas em 66 anos de RTP e o único espaço atual na programação da RTP é a rubrica Bom Português, que tem por objetivo esclarecer dúvidas linguísticas. Relativamente à análise das entrevistas realizadas, constatámos que todos os responsáveis pelo serviço público de televisão entrevistados reconhecem a importância do papel da RTP na promoção da língua portuguesa. Contudo, verificámos que é dada mais ênfase à programação em língua portuguesa do que a programas específicos sobre língua portuguesa. Esta discrepância é visível pelo número reduzido de programas sobre língua portuguesa emitidos pela RTP ao longo da sua história. Os resultados desta investigação revelam uma grave falta de valorização da língua portuguesa *per se*, por parte do canal público de televisão.

Tendo a RTP a obrigatoriedade de contribuir para a promoção da língua portuguesa e considerando a sua função educativa, cultural e de responsabilidade social, enquanto serviço público de televisão, concluímos que seria crucial reforçar esse compromisso com a língua, atribuindo-lhe um espaço permanente, em horário nobre, em pelo menos um canal da RTP.

CAPÍTULO 1 - TELEVISÃO E SERVIÇO PÚBLICO

1.1. A televisão: historiografia e papel na sociedade

1.1.1. Um breve olhar histórico sobre a televisão

“Uma janela aberta para o mundo” é uma das expressões mais usadas para caracterizar a televisão: o passaporte para viajarmos além-fronteiras, de conhecermos os quatro cantos do mundo, confortavelmente sentados no nosso sofá. “Como um *teatro de poltrona*, a televisão combina a experiência da simultânea vivacidade com uma nova forma de transgressão espacial que desafiou profundamente a relação público-privada” (Lange, 2001: p. 14).

Nas palavras de Nuno Brandão (2006: p. 2), “a televisão é uma das principais fontes para a construção da realidade social. Funciona como um espelho da nossa existência quotidiana e proporciona distintas esferas e acontecimentos da vida social. A imagem da realidade que configura aos telespectadores dá-lhes uma constante sensação de se colocarem sempre perante uma verdadeira e decisiva visão do mundo.”

Mas comecemos pelo princípio, analisando a etimologia da palavra. A palavra *televisão* contém, na sua estrutura interna, o radical grego *tele-*, que significa “à distância”, ao qual se associa a palavra *visão*, dando origem ao significado *ver à distância*. A ‘tele-visão’ desempenhou e continua a desempenhar um papel crucial na construção dos conceitos de cidadania e de identidade cultural. Falamos, por um lado, de uma instituição nacional, que produz conteúdos nacionais e, por outro, de um meio global sensível às tendências globais e aos mecanismos industriais e económicos, operando independentemente das fronteiras geográficas (Bourdieu, 1997; Corner, 2003).

À semelhança dos outros meios de comunicação social, a televisão não foi uma invenção de uma única pessoa, mas o resultado de uma combinação de uma série de invenções técnicas. Estas invenções surgiram no século XIX, no contexto europeu e norte-americano da industrialização. Durante um longo período, cientistas e amadores de rádio trabalharam arduamente na criação da televisão, concretizando-se mais tarde sob a forma de um meio de programa de radiodifusão (Hickethier, 2008: p. 97).

De acordo com vários autores, a história da televisão pode ser dividida em diferentes períodos. O primeiro decorre desde meados do século XVII até cerca de 1880 e pode ser considerado como a pré-história da televisão, em que foram feitas

descobertas científicas básicas (Lange, 2001; Bignell & Fickers, 2008). Existe também um segundo período entre 1880 e 1910, no qual os inventores começaram a pensar na transmissão de imagens a uma longa distância e em que se falava de "televisão". Este período pode ser caracterizado como um período de imaginação técnica e de realização de experiências amadoras com a televisão. O terceiro período começa em 1910, antes da Primeira Guerra Mundial, e termina por volta de 1933. Ficou marcado pelo facto de duas grandes empresas da indústria elétrica terem assistido ao desenvolvimento da televisão e terem tentado promovê-la. Nos anos 30, a televisão não só era imaginada como um meio de programa, como a institucionalização da televisão começara com transmissões regulares de programas experimentais. A televisão entrou no período da institucionalização e do agendamento (Fickers & Lommers, 2008; Hickethier, 2008).

Em 1939, a Segunda Guerra Mundial marcou uma rutura no desenvolvimento da televisão. Terminada a guerra, em 1945, a televisão é novamente uma tecnologia em grande expansão: inicia-se o período da sua implementação definitiva em quase toda a Europa num período de vinte anos. A era pós-guerra marcou, assim, o início da televisão como um meio de comunicação de massas e os Estados Unidos foram, nessa época, os maiores fornecedores da Europa em tecnologia, equipamento e programas gravados.

Foram vários os fatores que contribuíram para o desenvolvimento da televisão como uma nova tecnologia. Por um lado, a navegação a vapor e o comboio; o telégrafo, o telefone e a rádio; por outro, a evolução cultural no século XIX que ocorreu no contexto da industrialização (Bignell & Fickers, 2008: p. 56). Foi uma fase de intensa democratização da cultura, a par de um nítido evoluir das estruturas sociais, confrontadas com realidades de convívio, pensamento, fala, discussão e escrita.

As aplicações dadas à eletricidade foram, sem dúvida, decisivas no avanço das técnicas da comunicação. O telégrafo aéreo de braços móveis, idealizado pelo abade francês Claude Chappe em 1794 e baseado na transmissão de sinais luminosos codificados visíveis a 12 quilómetros foi superado pelo telégrafo elétrico do norte-americano Samuel Morse que, a partir de 1836, ofereceu às comunicações a sua primeira vitória sobre o tempo e o espaço. Quarenta anos depois, Graham Bell transmitia palavras através de fios, por meio de eletricidade. Era, na verdade, já não só a era da comunicação, mas da telecomunicação que, com o físico alemão Heinrich Hertz, que produziu as primeiras ondas eletromagnéticas (1888) e, depois, com o italiano Guglielmo Marconi, que as aplicou para estabelecer comunicações a longa distância, concedeu ao Homem a civilização da palavra (Barker, 1999; Hickethier, 2008). Nos anos intermédios, outros cientistas prestaram contribuições importantes para técnicas afins: Helmholtz, Fedderson e Maxwell, este um teórico do eletromagnetismo que, associado

à fotografia (oficialmente dada como descoberta em 1826 por Daguerre e Niepce), originou, quase seguramente, a primeira transmissão de imagens à distância – isto é: fazer Televisão. A imagem batia, pois, à porta da sua civilização, tanto mais que o animatógrafo dos irmãos Lumière (e também de Edison) já a forçavam (Bourdieu, 1997; Bourdon, 2000; Torres, 2011).

A par das descobertas científicas e das invenções técnicas, os desenvolvimentos culturais do século XIX tiveram igual relevância para o surgimento da televisão. O novo pensamento tecnocientífico estava profundamente enraizado nas tradições culturais que influenciavam a perceção, a experiência e a conceção do mundo moderno. O fenómeno mais importante na mudança de experiências culturais foi a aceleração da visão (Bignell & Fickers, 2008; De Valck & Teurlings, 2013). Graças à invenção do caminho de ferro, as pessoas podiam viajar de forma mais rápida pela paisagem do que por cavalo ou carruagem; viam "mais rápido" e a paisagem passava suavemente. Como as pessoas podiam viajar mais depressa, parecia que as distâncias diminuía, os lugares aproximavam-se e o mundo ficava mais pequeno. Baseado nesta nova experiência do século XIX no tempo e no espaço, Marshall McLuhan (1991: p. 82) mais tarde desenvolveu a sua tese da "aldeia global": um mundo encolhido para as dimensões locais como resultado dos meios de comunicação social globalizados.

Em suma, o desenvolvimento da televisão resultou de um interesse crescente na aceleração do intercâmbio de informações em geral e no desejo de obter imagens de eventos distantes que eram inacessíveis por si mesmos. A invenção da televisão está, portanto, enraizada no contexto cultural dos principais países industrializados europeus dos séculos XIX e XX. Este contexto cultural deve também ser encarado como incorporado no processo de modernização que ocorre nas sociedades ocidentais. A televisão é simultaneamente o resultado de um esforço industrial e cultural para a modernização e tem promovido fortemente esta missão ao longo da segunda metade do século XX (Williams, 1990; Hickethier, 2008).

Frente a cada vez mais recetores e a cada vez mais espectadores, a Televisão toma conta de boa parte do quotidiano dos milhões de pessoas que a integraram nos seus hábitos de vida.

1.1.2. O papel da televisão na construção social da realidade

Qual o papel da televisão na construção social da realidade? Será que a percepção que temos do mundo é socialmente construída?

A esta segunda pergunta Peter Berger e Thomas Luckmann, dois sociólogos austro-americanos, respondem afirmativamente. Na sua obra *A Construção Social da Realidade*, publicada em 1966, os autores defendem que a realidade é construída socialmente, isto é, a realidade da qual nós, seres humanos, temos consciência é um produto da sociedade, sendo criada através das nossas interações sociais.

Na perspetiva destes autores, a consciência humana é a base fundamental dos fenómenos sociais, ou seja, o homem constrói o seu próprio conhecimento a partir de estímulos externos. A ordem social é uma produção humana contínua que possibilita ação e interação, mas também é influenciada por elas. E esta interação social gera, segundo os autores, habituação, que corresponde a ações repetidas do dia a dia que se tornam um padrão. Além disso, a interação gera também institucionalização: essas ações, rotinas e hábitos do dia a dia tornam-se instituições e a sua aceitação torna-se a realidade, que é assumida e aceite como natural.

Berger e Luckmann (1966) apoiam a sua teoria na sociologia do conhecimento, cujo objetivo é analisar as relações que existem entre o pensamento humano e o contexto através do qual esse pensamento surge, tendo como propósito ocupar-se com o que os homens conhecem como realidade na sua vida quotidiana. A análise da vida quotidiana é feita, segundo os autores, sob o aspeto da fenomenologia.

A fenomenologia é o estudo da consciência dos indivíduos e visa compreender como experienciam o mundo, como o interpretam e como interagem com ele. Ou seja, procura perceber de que forma os contextos do dia a dia tornam possíveis as interações sociais.

O sociólogo austríaco Alfred Schütz (1899-1959) também apoia as suas convicções na fenomenologia para estudar a construção social da realidade. Para ele, a realidade é construída através da percepção das nossas experiências, ou seja, está relacionada com o conceito de tipificação, que corresponde a um esquema de classificação da realidade da vida quotidiana e incorpora todo o conhecimento que um indivíduo vai adquirindo ao longo da sua vida. E é a partir desse conhecimento que ele age tipicamente no seu dia a dia.

O conceito de tipificação está intimamente relacionado com o conceito ao qual Schütz designa de *lifeworld*, que representa a vida quotidiana, defendendo que a forma

como os indivíduos percebem a realidade e como atuam nessa realidade é formada culturalmente.

Berger e Luckmann (1966), corroborando o conceito de *lifeworld*, defendem que é com base nas tipificações que definimos como apreendemos as outras pessoas, seja pela idade, sexo, origem, profissão, entre outros aspetos. A partir dessas tipificações, são estabelecidos os modos como lidamos com o outro na interação face a face.

Contudo, com a emergência da internet e das plataformas digitais, essa interação tem-se tornado, ao longo do tempo, cada vez mais distante e virtual. Como sabemos, a nossa realidade quotidiana é construída também, e cada vez mais, através das relações que estabelecemos com as pessoas pela Internet e pelas diferentes multiplataformas digitais.

Relacionando estes conceitos com a televisão como construtora da realidade social, Berger e Luckmann (2004: p. 126) consideram que a realidade da televisão existe independente dos indivíduos, mas ela só é subjetivada no momento em que as pessoas adquirem o conhecimento sobre o que é a televisão. Só assim, passa a existir na consciência das pessoas e é institucionalmente reconhecida como prática profissional, social e cultural. Segundo estes autores, a televisão passa a interferir nos processos de construção social da realidade, agindo sobre as pessoas e ajudando-as a entender e a construir a sua realidade. Isso ocorre porque os indivíduos estão diretamente ligados a tais processos, na medida em que sofrem influência dos meios de comunicação e, por sua vez, também os influenciam. A televisão contribui para organizar e tornar inteligível os acontecimentos provenientes do mundo externo e grande parte do conteúdo televisivo é formada por situações quotidianas, inscritas no senso comum.

Assim, a teoria da Construção Social da Realidade e a televisão estão intimamente ligadas, na medida em que esta pode ser tomada como um campo de conhecimento, um produto e uma prática social, que possui regras, rotinas, normas, fatores económicos, políticos e sociais. Isto confirma o papel da televisão enquanto resultado de um processo de institucionalização que atua no mundo dos indivíduos à medida que transmite e interpreta factos da realidade.

Porém, nem todos os investigadores têm a visão de que a realidade é construída socialmente, nomeadamente Nick Couldry e Andreas Hepp (2018), que contestam a teoria de Berger e Luckmann, considerando-a demasiado estática para compreender o mundo social contemporâneo. De acordo com Couldry & Hepp (2018), a forma como nos relacionamos com o mundo não é direta, mas sim cada vez mais mediada, ou seja, o que sabemos sobre o mundo é profundamente afetado por estas mediações, sendo

impossível pensar a construção da realidade sem ser uma sociedade mediada e mediatizada.

Importa, assim, conhecer os conceitos de mediação e mediatização, a fim de compreendermos a teoria da construção mediada da realidade, defendida por Couldry & Hepp (2018).

Os termos *mediação* e *mediatização* parecem, *a priori*, estar relacionados, porém, não são sinónimos, nem tão-pouco têm a mesma etimologia. A palavra *mediação* provém do verbo *mediar*; a palavra *mediatização* provém do verbo *mediatizar*. Passemos aos significados de ambas as palavras.

No domínio das ciências de comunicação, o termo *mediação* refere-se ao processo de comunicação através dos *media* em situações comunicativas específicas situadas no tempo e espaço. O termo *mediatização*, por sua vez, corresponde a um processo lento e gradual de transformação da sociedade, desencadeado pelo uso dos meios digitais (Couldry, 2008).

De acordo com Andreas Hepp e Friedrich Krotz (2014: 6), a *mediação* é um "conceito que descreve o processo de comunicação em geral, significando construção" e o termo *mediatização* descreve "um processo de mudança que é muito mais específico na análise o papel de vários meios de comunicação no processo de mudança sociocultural". Apesar de interligados, estes conceitos são distintos: "A *mediatização* reflete como o processo de *mediação* mudou com o surgimento de diferentes tipos de *media*."

Hepp (2017) acrescentou o conceito de *mediatização* profunda, que refere a completa e crescente fusão dos indivíduos e das instituições com os meios digitais. O fenómeno da *mediatização* já existia muito antes de surgir o termo que o iria caracterizar e de se tornar objeto de interesse para os investigadores dos estudos dos *media*. O filósofo canadiano Marshall McLuhan foi um dos primeiros autores a chamar a atenção para a influência dos *media* na sociedade e a investigar as mudanças sociais resultantes da revolução tecnológica dos computadores e das telecomunicações.

Corroborando as convicções de McLuhan, Couldry & Hepp defendem que nunca houve um tempo do jornal impresso ou do telefone celular: sempre se conviveu com os velhos e os novos *media*; os meios analógicos tornam-se cada vez mais digitais (2018: p. 199). Hepp (2014) identifica duas tradições de investigação relevantes nos estudos da *mediatização*: A primeira, institucionalista, predominante no campo do jornalismo e da comunicação política, entende os *media* como uma instituição mais ou menos independente, com suas próprias regras e lógicas, que faz com que os demais campos e sistemas sociais (política, religião, educação) se adaptem às suas regras

institucionalizadas. Essa tradição está presente também no trabalho de Hjarvar, o qual destaca que o percurso de investigação da mediatização tem como objetivo “distinguir padrões sistemáticos de mudança através do tempo e do espaço em uma dada estrutura institucional” (2014: p. 243). Já uma segunda abordagem, socio-construtivista, destaca o papel dos *media* – instituição e tecnologia – no processo de construção da realidade social e cultural. Alinhado a essa segunda vertente, o livro *The Mediated Construction of Reality*, publicado em 2017 por Nick Couldry e Andreas Hepp, contribui para o aprofundamento dos estudos da mediatização ao propor um repensar da teoria social e, mais especificamente, de aspetos da sociologia do conhecimento, a partir do papel que os *media* digitais assumem, nos dias de hoje, na construção da realidade.

Couldry & Hepp têm plena convicção de que vivemos atualmente numa era de mediatização profunda. E definem mediatização profunda como um estado de mediatização avançado em que todos os elementos das relações sociais estão profundamente enraizados nos *media*: na sua lógica, estrutura e relações de poder. Por outras palavras, mediatização profunda designa a intensa incorporação dos *media* em todas áreas da nossa vida, na medida em que utilizamos de forma intensa, crescente e quase automática os meios de comunicação digitais.

Os autores defendem uma abordagem transcultural segundo a qual procuram compreender as relações entre o ser humano, meios e tecnologias ao longo dos tempos como uma sucessão de três ondas de mediatização: (1) *mechanization wave*, de 1450 a 1800; (2) *electrification wave*, de 1800-1950; e (3) *digitalization wave*, de 1950 até hoje (2018: p. 7). Estas ondas são classificadas pelo tipo de força de moldagem que apresentam. A primeira, mecanizada (panfleto, livro, imprensa, fotografia, cinema); a segunda, eletrónica (telégrafo, telefone, rádio e televisão); a terceira, digital (computador, Internet, *smartphones*, dispositivos digitais). Cada uma dessas ondas representa mudanças qualitativas fundamentais nos ambientes dos *media* e, portanto, diferentes pontos de partida para explicar as transformações sociais. Os autores afirmam que já é possível visualizar uma quarta onda de mediatização, com base nos dados de utilização (*datafication wave*), que serão os pontos de partida para as principais transformações, já em curso, na sociedade mediatizada. A *dataficação* poderia ser considerada a fase de mediatização profunda. Isto ocorreria devido à profunda incorporação dos *media* aos processos sociais mais básicos da nossa existência de um modo totalmente novo.

Um pouco mais à frente, Hepp assume a mediatização como o "conceito sensibilizante", no sentido que nos dá a oportunidade de observar as transformações relacionadas com os *media* em todos os contextos da nossa vida pessoal e social. Estas

transformações devem ser observadas empiricamente tendo em conta a profundidade histórica do processo de mediatização, as suas implicações para o processo de modernização, bem como a diversidade de mudanças relacionadas com os meios de comunicação social. O conceito de mediatização profunda reflete a nova fase do processo de mediatização, em que a digitalização desempenha o papel mais significativo, e onde: "(...) todos os elementos do nosso mundo social estão intrinsecamente relacionados com os meios digitais e as suas estruturas subjacentes (2020: p. 5). O que o autor propõe como um desafio para a pesquisa de mediatização é que temos de ter em conta também a análise de algoritmos, *big data* e as implicações relacionadas com a inteligência artificial, que influenciam os ambientes dos *media* e que o determinarão num futuro previsível. O autor sugere que a identificação da mediatização não é o processo linear, mas toma o curso das ondas, envolvendo mudanças fundamentais que ocorrem em ambientes mediáticos. Este processo é descrito como recursivo, no sentido de que as regras de mudança social são inscritas em dados digitais e algoritmos, e são posteriormente reaplicadas no processo de governação da mudança social. Por outras palavras, os dados que refletem o uso das redes sociais são recolhidos e analisados graças ao rastreio automatizado, e os resultados destas análises são então usados para gerir o comportamento relacionado com as redes sociais, o que molda o comportamento subsequente das redes sociais.

Em suma, Andreas Hepp e Nick Couldry abriram caminho ao estudo do fenómeno da mediatização profunda, que, como vimos, corresponde à profunda incorporação dos *media* nos processos sociais mais básicos da nossa existência. A teoria que defendem procura compreender a influência dos *media* na cultura e na sociedade, contribuindo assim para a construção da realidade.

Para pensar a televisão num panorama social cada vez mais mediado, um dos aspetos centrais é considerar que o público está cada vez mais ativo e participativo na construção da realidade televisiva: em vez de apenas consumir conteúdos televisivos, contribui para a sua produção, enviando imagens, escrevendo comentários, dando sugestões. Assim, o que se tem observado é que a televisão atua na construção social da realidade e a sociedade, por sua vez, atua na construção da televisão. Este é chamado o fenómeno da convergência mediática, relacionado com as novas tecnologias de informação e comunicação.

Como se referiu anteriormente, Couldry & Hepp (2018) propõem um repensar da teoria social, a partir do papel que os *media* assumem, nos dias de hoje, na construção da realidade. Defendem que os processos de mudança social que ocorrem na articulação entre o ambiente mediático e as práticas sociais dentro de um contexto

histórico, social e político estão, assim, inseridos no fenómeno denominado mediatização. Segundo os autores, os aspetos qualitativos relacionados com os meios técnicos de comunicação contribuem para o modo como a realidade é construída. Por exemplo, no âmbito da televisão, a escolha de um determinado enquadramento ou ângulo televisivo pode gerar diferentes interpretações, reproduzindo uma realidade alterada.

Pierre Bourdieu (1997: p. 11), na sua obra *Sur la Télévision*, elucida-nos sobre os mecanismos de construção da realidade por parte da televisão. O autor utiliza a metáfora dos *óculos* para se referir à perceção que os jornalistas têm da realidade que os rodeia e que varia naturalmente mediante fatores de diferenciação como a educação, percurso pessoal e profissional, entre outros. A forma como se vê e o que se vê é que determina a seleção e a posterior construção daquilo que é previamente selecionado.

Outro aspeto relevante a salientar é o facto de a televisão procurar muitas vezes o sensacionalismo: para um determinado acontecimento são captadas e selecionadas determinadas imagens que empolam a sua importância, a sua gravidade e o seu carácter dramático. Esta “ânsia” pelo extraordinário pode, segundo Bourdieu (1997: pp. 14-15), exercer importantes pressões e influências, quer políticas, quer sociais, inerentes à construção social que um dado acontecimento provoca da realidade, quando noticiado desta ou daquela forma. O autor dá-nos um exemplo concreto: incidentes ou acidentes do dia a dia podem ter uma carga de implicações negativas, como o racismo, a xenofobia, discriminação sexual, entre outros.

Em suma, vários são os autores que consideram que a realidade social influencia os *media* e também é influenciada por eles. Lange (2001) e Enli (2008), por exemplo, defendem que os *media*, em geral, e a televisão, em particular, exercem uma influência social determinante, sendo verdadeiros agentes modeladores da realidade. A televisão, encarada como construtora da realidade social, não apresenta, na maior parte das vezes, os acontecimentos através das notícias, oferecendo, sim, interpretações sobre esses acontecimentos. Para a maioria dos telespectadores, os acontecimentos noticiados ocorrem fora da sua experiência direta, pelo que o conhecimento que têm dos mesmos é adquirido unicamente por intermédio da televisão (Corner, 2003).

Como vimos, Couldry & Hepp (2018) corroboram a ideia de que a televisão não constrói apenas a realidade social, como também é construída por essa realidade. Isso ocorre na medida em que os indivíduos compreendem, interpretam e modificam os factos veiculados pelos profissionais de televisão: jornalistas, repórteres. Mas esse processo de construção adquire uma perspetiva ainda mais relevante no momento em

que o telespectador atua como coprodutor de conteúdos televisivos, tornando-se um agente ativo e participativo no processo de construção da realidade.

1.2. O serviço público de televisão

1.2.1. O serviço público de televisão: definição e missão

O Serviço público de televisão (doravante, também SPT) refere-se, na sua forma clássica, à radiodifusão com a missão de informar, educar e entreter. Estes predicados foram-lhe atribuídos como instituição independente de interesses políticos e económicos por John Reith, o primeiro CEO da *British Broadcasting Corporation*, mais conhecida pela sigla BBC. Este foi o primeiro canal de rádio e de televisão de origem britânica, que nasceu em 1922 e que constitui até hoje uma estação pública financiada pelo Estado e isenta de publicidade, e cujas características inspiraram outros países, que viram na BBC um verdadeiro *role model* (Collins, 2002; Enli, 2008).

O Serviço público de televisão funcionou, durante décadas, em regime de monopólio do Estado, sendo encarado como principal meio de prestação de um serviço de. Ou seja, era assumido que a um “serviço público” de televisão correspondia um “servidor público”, um operador de propriedade, financiamento e controlo estatais, e a quem era reconhecido facilmente o “estatuto formal de instituição do domínio público” (Sondergaard, 1999: p. 22).

Ao longo dos últimos 70 anos, o serviço público de televisão tem significado “utilidade pública” em defesa do interesse coletivo, garantindo a difusão de informação e de entretenimento, acessível a todos (Bourdieu, 1997; Syvertsen, 1999; Bonner, 2003). Porém, as grandes transformações tecnológicas têm vindo a colocar em causa essa missão. Os telespectadores têm voltado costas ao serviço público de radiodifusão, perante a panóplia diversificada de serviços, conteúdos e plataformas à distância de um clique (Enli, 2011; Lowe & Bardoel 2007).

Na década de 1990, houve grandes pressões para se elaborar formulações mais precisas sobre a missão do SPT neste novo contexto mediático altamente competitivo. De acordo com McQuail & Windahl (1993: pp. 49-64), “comparar declarações de missão do SPT revela temas recorrentes que compõem a missão de serviço público: 1) um compromisso com o serviço universal; 2) a exigência de fomentar a diversidade e de assegurar um carácter representativo dos conteúdos em termos políticos, sociais e culturais; 3) garantir a responsabilidade democrática; 4) a importância do financiamento público e 5) aderente a objetivos sem fins lucrativos.” (1993: pp. 49-64).

Sondergaard (1999: p. 30), por sua vez, propõe alguns princípios que devem regular o Serviço público de televisão:

- Um Serviço público de televisão deve conter uma programação global, integrada, com uma linha condutora própria e objetivos bem definidos, quer em termos de informação, quer em termos de entretenimento.
- Um Serviço público de televisão deve ter uma postura e atitude éticas, sobretudo no modo como encara os telespectadores: menos como consumidores e mais como cidadãos.
- Um Serviço público de televisão deve ser exemplar, tanto na apresentação dos programas como na sua conceção e preparação, na relação com o público, na separação entre informação e publicidade, na independência política, na exigência ética e deontológica, no respeito pela dignidade das pessoas.
- Um Serviço público de televisão deve garantir uma oferta televisiva universalmente acessível e que contemple os ingredientes básicos de informação/ formação/ entretenimento, além de assegurar uma alternativa permanente às televisões de cariz comercial.
- Um Serviço público de televisão deve inscrever-se nas obrigações do Estado de regulação. Uma regulação que não passa apenas por legislar, controlar, fiscalizar, punir, mas passa também por educar, influenciar, garantir possibilidades de escolha, exercendo uma pedagogia que confira cada vez mais aos cidadãos um direito efetivo de escolha autónoma e consciente.

Born & Prosser (2001), por seu lado, defendem que um verdadeiro serviço público de televisão deverá promover e servir a cidadania, política e cultural, deverá ser universal e ter uma elevada qualidade nos serviços que presta. Estes autores apresentam alguns princípios que consideram verdadeiros alicerces do serviço público de televisão, contribuindo para o desenvolvimento cultural e social da população:

- a universalidade: permitir o acesso da televisão a toda a população;
- a diversidade: oferecer uma programação variada cujo propósito é informar, formar e entreter;
- o financiamento público: com recurso ao orçamento de Estado ou através da aplicação de uma taxa aos telespectadores;
- a independência: do poder político e de interesses particulares.

Com base no primeiro princípio – o da universalidade – Collins *et. al.* (2001) sugere duas premissas fundamentais para aquilo que diz respeito aos princípios de atuação do serviço público de televisão: por um lado, a universalidade geográfica,

alcançada através da extensão da transmissão a comunidades onde os custos de transmissão superam as receitas e, por outro, a universalidade programática, obtida quando o serviço público visa servir todos os cidadãos, independentemente das suas origens e do seu nível cultural (2001: p. 8).

Hoje, o Serviço público de televisão distingue-se pela forma como se relaciona com os indivíduos, tendo uma missão muito importante: a satisfação do telespectador. O público passou a ser entendido como audiência – e audiência quantitativa, mensurável a cada momento, para permitir uma permanente adequação ao seu gosto (Fidalgo, 2003: p. 6). Ao longo do tempo, a distância entre o Serviço público de televisão e os indivíduos tem ficado cada vez mais curta. O registo linguístico menos formal, a empatia e a proximidade passaram a ser as marcas do novo SPT. O seu estilo de comunicação tem-se transformado em conversas quase familiares, assente nos contextos da vida diária. E como bem observa Collins (2002: p. 14), “à missão educativa e formativa do SPT, sobrepõe-se agora um papel “amigável”, que acompanha o telespectador ao longo do seu quotidiano”. O Serviço público de televisão é, hoje, um aparelho público que usa o discurso direto, na primeira pessoa e em primeira mão. Trata-se de um serviço público com dupla missão: coletiva e individual, na medida em que é feito para o público (interagindo com ele, auscultando-o, procurando conhecer os seus gostos e necessidades, garantindo que o serviço chega, com qualidade, a todos os cidadãos), mas é feito também para cada pessoa, à medida das suas especificidades: novos e velhos, ricos e pobres, cultos e menos cultos, maiorias e minorias.

Hallin & Mancini (2004) corroboram esta dupla missão do SPT, referindo que, especialmente nesta segunda década do século XXI, tem sido dada atenção não apenas ao público, mas ao indivíduo comum, à pessoa vulgar, tornando a informação acessível a todos. Tem-se procurado ir ao encontro das pessoas, como seres individuais, preocupando-se com os seus interesses e necessidades. Norris & Pauling (2005: p. 22) também avaliaram os atributos da declaração de missão do SPT, considerando que estes geralmente incluem o dever de ser independente, objetivo, imparcial e tornar equitativa a prestação de serviços a todos, independentemente da posição social ou da localização geográfica. Fornecer notícias e informação de qualidade, cultivar culturas e apoiar o processo democrático fazem também parte da missão do SPT. De acordo com estes autores, os objetivos dos programas tradicionais do SPT continuam válidos, enumerando alguns dos mais importantes:

- (a) informar os cidadãos, educá-los, entretê-los e dar-lhes poder.
- (b) manter-se distinto dos operadores comerciais.

- (c) realizar o serviço público de acordo com a conveniência da democracia liberal, em nome da sociedade civil e dos seus interesses.
- (d) definir a audiência e procurar conhecer as suas necessidades, enquanto seres humanos completos.

Em 2005, a Comissão Europeia apresentou critérios que permitissem avaliar as atividades do serviço público de televisão: 1) Existe uma definição clara e precisa e uma adequada responsabilização da missão de serviço público, especialmente no que se refere às novas atividades dos meios de comunicação social? 2) Existe uma separação adequada e transparente das atividades comerciais e de serviço público? 3) Existe financiamento proporcional de atividades do SPT que evitem a sobrecompensação e a subvenção cruzada? (Lowe & Bardoel 2007: p. 43). Muitos governos europeus têm permitido que os operadores de SPT se adaptem a esses critérios, não só pela transição para as várias multiplataformas digitais, mas também, e sobretudo, para poderem ir ao encontro dos interesses dos públicos, cada vez mais distantes do SPT. Em geral, as principais condições são que os novos serviços contribuam para o cumprimento dos objetivos do SPT e estejam relacionados com as atividades fundamentais da radiodifusão tradicional. Mas a tensão cultura *versus* comércio é evidente nos requisitos de que cada serviço seja avaliado por um "teste de valor público" que não só confirma a sua contribuição para o interesse público, mas também avalia o seu impacto no mercado comercial (Enli, 2008; Barnett, 2010).

Esta cultura *versus* divisão comercial é o debate mais comum sobre o SPT, e especialmente no contexto das deliberações sobre a transição para o Serviço Público de *Media*, que veremos em seguida. Nas palavras de Barnett, (2010: p. 94), "para o sistema de comunicação social em geral, num ambiente baseado no mercado e no lucro, faz sentido centrar a preocupação regulatória no comércio. Mas não faz sentido impor essa atenção aos meios de comunicação social sem fins lucrativos com a sua ênfase legalmente codificada e operacionalmente incumbida de servir as necessidades democráticas, sociais e culturais das sociedades."

Neste ambiente de enormes transformações, qual é o papel dos organismos públicos de radiodifusão nos novos meios de comunicação social? Que fontes de financiamento são adequadas para um organismo público de radiodifusão? E como se adaptarão aos novos ambientes digitais?

É unânime entre investigadores, jornalistas, políticos e o público em geral que os operadores de serviço público em todo o mundo enfrentam enormes desafios: a diminuição de orçamentos, a fragmentação do público e sobretudo a transição para um

serviço público de *media*. Na secção seguinte, procurar-se-á explanar alguns desses desafios.

1.2.2. Os desafios do serviço público de televisão

O início do século XXI foi marcante para o campo mediático: surgiram profundas transformações relacionadas com o aparecimento da Internet, a emergência dos novos *media* e das plataformas móveis, alterando o modo como as pessoas se relacionam com os meios de comunicação social. Com o crescimento tecnológico, a existência de canais multiplataformas e as novas formas de produção de conteúdos, o serviço público de televisão tem enfrentado sérias dificuldades para manter o seu posicionamento mediante a ampla oferta existente no mercado. A *European Broadcasting Union (EBU)* menciona como grandes concorrentes do serviço público de televisão: o setor audiovisual dos Estados Unidos da América (Netflix, Comcast, TimeWarner, 21st Century Fox), os European Commercial Broadcasters (Liberty Global, Sky, RTL, ITV), as redes sociais (Linkedin, Facebook, Twitter), entre outros. Estas mudanças nos padrões de consumo dos *media* originaram transformações profundas ao nível tecnológico, económico, político e social.

Na indústria televisiva, há muito que os canais convencionais já não são o único meio através do qual as audiências consomem conteúdos audiovisuais. A chegada das plataformas de distribuição digital afetou significativamente os hábitos de consumo dos telespectadores, especialmente entre os jovens. Muitas emissoras têm sido capazes de responder a este enorme desafio, impondo cada vez mais a sua presença *online* e dando cada vez mais ênfase às plataformas digitais, através das quais o público se pode envolver ativamente com os conteúdos (Bourdon, 2000; De Valck & Teurlings, 2013; Doyle, 2015).

O setor televisivo encontra-se, assim, a *navegar num mar tempestuoso* desde o ano 2000: o aparecimento de serviços de televisão distribuídos numa base P2P através da Internet, o crescimento dos serviços VOD, o fenómeno do *podcasting* de vídeo, o lançamento de ofertas comerciais de TV móvel são alguns dos grandes desafios que a televisão tradicional enfrenta. Embora não possamos antever exatamente como será a televisão daqui a uns anos, alguns estudos preveem que a indústria está a evoluir para um novo paradigma em que o consumo televisivo será menos linear e mais interativo e pessoal. Estas fortes mudanças no meio televisivo têm suscitado dúvidas sobre a longevidade dos canais de radiodifusão. O CEO da Netflix, Reed Hastings, usa uma

metáfora que ilustra bem este fenómeno: "A televisão é como um cavalo; o cavalo era bom até termos o carro." (Roca-Sales, 2009: p. 3).

Os desafios do audiovisual estendem-se ao outro lado do Atlântico. Considerada outrora a indústria dos *media* mais influente do mundo, as redes de televisão norte-americanas estão bem cientes de que estão há muito a atravessar uma crise sem precedentes: enfrentam audiências cada vez mais baixas, empurrando-as para uma crise que está a ter um forte impacto nos conteúdos.

A televisão é um dos meios de comunicação social mais utilizados pelos norte-americanos. No entanto, o modelo de negócio da indústria televisiva de rede dos EUA está a atravessar uma grande transformação. A ABC, a CBS, a NBC e a FOX são muitas vezes referidas como "televisão gratuita", porque as suas receitas dependem sobretudo da publicidade e, ao contrário do cabo ou satélite, não cobram aos telespectadores uma taxa de subscrição (Stelter, 2008).

Meritxell Roca-Sales, investigadora da Universidade Aberta da Catalunha, dirigiu um estudo em 2009 que procurou compreender de que forma é que o mercado televisivo de radiodifusão dos EUA tem respondido à crise da indústria televisiva, em particular devido à importância histórica desta indústria apoiada pela publicidade e ao profundo impacto que os seus produtos e práticas empresariais têm na cultura global dos *media*. A investigação procurou ainda avaliar as estratégias que as principais redes de televisão americanas adotaram para sobreviver a este ambiente mediático fragmentado, onde os consumidores têm conquistado um poder sem precedentes sobre quando, onde e como consomem conteúdos mediáticos.

Este estudo mostrou que as emissoras têm vindo a envidar todos os esforços para fazer face a esta crise, a fim de rentabilizar conteúdos, atrair audiências e aumentar os rendimentos. Foram identificadas seis estratégias como as principais respostas das redes a este novo cenário: integração de marcas, criação de conteúdos *online*, vendas a retalho *online* e *offline*, aquisições de *sites* de conteúdos digitais, experiências com formatos de anúncios e ajustamentos de programação. Estas estratégias estão a ser testadas por cada uma das redes de televisão, mas só o tempo dirá se a indústria televisiva americana será capaz de fazer face a estes enormes desafios.

Vários estudos na área dos *media* mostram que o crescimento da entrega digital e multiplataforma está a afetar as estratégias de distribuição na indústria dos *media*. Por exemplo, a preferência pelo consumo *online* de conteúdos tem levado muitos editores de jornais e revistas a tornarem-se cada vez mais dependentes de subscrições *online*. E muitas empresas de televisão têm respondido à digitalização, passando de emissoras a entidades multiplataformas, focadas em criar conteúdos para distribuição através da

multiplicidade de plataformas digitais (Bonner, 2003; Hailin & Mancini, 2004; De Valck & Teurlings, 2013).

Deste modo, a tendência para ir além da radiodifusão linear a favor de uma abordagem digital multiplataforma à entrega de conteúdos é amplamente evidente a nível internacional e tanto no setor privado como no setor público (Enli, 2008; Doyle, 2010). E o rápido crescimento da internet não está apenas a transformar o modelo de negócio das indústrias dos *media*, o conteúdo que criam e distribuem, mas também – e sobretudo – os públicos que consomem esse conteúdo. A distribuição de televisão nas plataformas digitais permite aos fornecedores analisar, monitorizar as audiências de forma mais eficaz. Permite-lhes conhecer os seus públicos e adequarem os conteúdos às suas necessidades e interesses. Devido à natureza mais pró-ativa do consumo de meios digitais, permite-lhes construir uma relação muito mais próxima com um novo público, cada vez mais exigente e participativo no meio mediático. É inegável que o público tem cada vez mais controlo sobre onde, quando e o que quer ver. É inegável que o público tem cada vez mais poder neste novo e desafiante ambiente mediático (Livingstone, 2004; Jenkins, 2006; Enli, 2011).

Vários são, portanto, os desafios que o serviço público de televisão enfrenta nos dias de hoje. Discriminamos em seguida alguns dos mais relevantes:

(a) Transição do Serviço público de televisão (SPT) para um Serviço Público de *Media* (SPM)

Como se referiu anteriormente, a indústria televisiva está a atravessar uma grande transformação e o Serviço público de televisão não é exceção. Definido como um serviço financiado pelo Estado ou pelo público e que produz e difunde conteúdos de interesse público, o SPT tende, cada vez mais, a ser substituído pela noção de serviço público de comunicação social, que inclui novas formas de comunicação e plataformas digitais (Lowe & Bardoel 2007: p. 12). Assim, um dos principais desafios que se coloca hoje ao serviço público de televisão (SPT) é a sua transição para serviço público de *media* (SPM).

De acordo com vários autores, os operadores de SPT devem ser comunicadores de serviço público altamente eficazes. Quer isto dizer que é crucial a renovação do SPT e a sua revitalização para um ambiente multimédia e multiplataforma. Esta transição implica não só criar novas estratégias, novas abordagens, novas plataformas, novos canais, novos conteúdos, mas também, e sobretudo, olhar para os públicos como parceiros e não mais como “alvos”. Nas palavras de Lowe (2010: p. 78), “o grande desafio é criar uma estreita parceria com o público como agentes ativos e participativos.”

E como bem observou Ward (2003: p. 247), a maior necessidade é "determinar o papel do setor público nas plataformas multicanais que precisam de desenvolver um verdadeiro serviço público".

Desde finais da década de 1990 e em toda a Europa, os organismos de radiodifusão de serviço público têm posto o seu foco na transmissão. O objetivo tem sido produzir um programa acabado e transmiti-lo a uma audiência, a qual desempenha um papel largamente passivo. O público tem sido tipicamente definido como um "alvo" e o sucesso do SPT tem sido avaliado com base em classificações quantitativas. Porém, estes conceitos têm-se mostrado inadequados aos interesses sociais inerentes ao Serviço Público de *Média*. O grande desafio é precisamente este: o SPT deve definir e estabelecer novas relações com sociedade em que opera; deverá estar ao seu inteiro serviço (Syvertsen, 2003; Norris & Pauling, 2005). Esta mudança de mentalidade é de crucial importância para o futuro do SPT.

Na mentalidade de SPT, o programa é um produto acabado; na mentalidade de SPM, o programa é um produto em processo, em que o conteúdo é uma narrativa em constante evolução de interesses moldada pelos utilizadores (Bardoel & Lowe, 2007: p. 45). No SPM, os telespectadores são utilizadores. Os utilizadores não só assistem, mas também participam, exigem, escolhem, opinam. Multimédia é sobretudo mais sobre serviços do que produtos em si. Um produto desvaloriza-se; um serviço aprecia-se (Syvertsen, 2003; Barnett, 2010).

Ao pensar num serviço público de *média*, os organismos de radiodifusão e os decisores políticos têm, portanto, a responsabilidade de reavaliar a radiodifusão. A BBC estima que a televisão linear possa sofrer um declínio lento, prevendo que as famílias de televisão britânicas só passarão cerca de 30% do seu tempo de visualização com canais lineares e generalistas e utilizarão mais plataformas ao lado de canais de transmissão ao ar livre (Lowe, 2010: p. 21). Porém, não significa que a transmissão linear não tenha futuro. Os novos meios de comunicação de cada era complementam-se, em vez de substituir os meios de comunicação existentes (Lowe & Bardoel, 2007; Roca-Sales, 2009). Os hábitos lineares de visualização não tendem a desaparecer, como veremos mais à frente com o exemplo da BBC Three.

O desafio principal é, em grande parte, fundamental para as mudanças geracionais. De acordo com alguns estudos publicados pelo Pew Research Center (EUA), os adolescentes da *Geração y* estão "rapidamente a tornar-se alguns dos mais ágeis e prolíficos criadores de conteúdos digitais *online*" (Zeller, 2005: p. 6). Estão a dominar ferramentas de comunicação baratas para criar conteúdo e publicá-lo na Internet. No essencial, estão a desenvolver padrões *prosumer* (produtor-consumidor).

“A nível de mercado, isto significa que os velhos modelos de negócio estão em convulsão. A nível legal, isto significa que a definição de propriedade está em jogo. E a nível social, significa que milhões de pessoas inspiradas e motivadas em criar conteúdos têm uma nova plataforma com a qual moldam a nossa cultura” (Zeller, 2005: p. 9).

Em suma, o principal desafio consiste em conseguir a transição de mentalidade SPT orientada para a oferta para uma mentalidade SPM orientada para a procura. Isto implica servir os cidadãos, ir ao encontro dos seus interesses sociais, culturais e democráticos. Para tal, o SPT terá de desenvolver instrumentos práticos que tornem a sua dimensão pública mais explícita e transparente, por um lado, e a sua dimensão de serviço público mais eficaz e eficiente, por outro. E os decisores políticos têm também um papel determinante na transição do SPT em SPM: “não só em estabelecer os parâmetros que moldam a sua presença social, mas também em estabelecer os requisitos de avaliação e redefinição do que o sistema duplo europeu deve significar.” (Lowe & Bardoel, 2007: p. 88).

(b) Financiamento do Serviço público de televisão

Assegurar um financiamento adequado dos operadores públicos de radiodifusão televisiva é, também, outro grande desafio, uma vez que os mantém politicamente dependentes. Na Bulgária, por exemplo, a principal fonte de financiamento é a subvenção do Orçamento do Estado, sendo que o orçamento da Televisão Nacional búlgara foi significativamente reduzido. O financiamento foi também uma questão na Roménia, onde o Parlamento aprovou em outubro de 2016 uma lei que elimina mais de 100 impostos não fiscais, incluindo a taxa de licenças de televisão e rádio, que foi a principal fonte de financiamento para os operadores públicos de radiodifusão. Esta medida foi severamente criticada pelas organizações de jornalistas, uma vez que tornaria os meios de comunicação social fortemente dependentes do orçamento do Estado, enquanto o sistema de taxas de licença era visto como a melhor forma de garantir a independência editorial dos meios de comunicação social (Syvertsen, 2003; Bonner, 2003).

Um estudo publicado em 2016 pela União Europeia de Radiodifusão (EBU) mostrou que os países que têm operadores públicos sustentados por um financiamento sólido são um bom indicador de que uma democracia é saudável: têm mais liberdade de imprensa e encontram menos corrupção. No entanto, a situação real parece suscitar grandes preocupações: uma análise dos alertas enviados ao Conselho da Europa sobre a proteção e segurança dos jornalistas mostra uma tendência emergente de ameaças

à independência do SPT ou dos seus órgãos reguladores. A maior parte desses alertas diz respeito precisamente à falta de financiamento adequado para garantir a sua independência.

(c) Independência do Serviço público de televisão da influência política

Como tem sido continuamente referido, os organismos de radiodifusão de serviço público têm de lutar pela sua sobrevivência. Quer se trate de cortes progressivos nos fundos públicos, das restrições constitucionais impostas aos organismos nacionais de radiodifusão, da desregulamentação progressiva do sector comercial ou da interferência direta dos governos na produção ou na gestão, a questão fundamental mantém-se: à medida que o ambiente mediático se torna mais fragmentado e mais competitivo, e à medida que as tecnologias convergentes desfocam as linhas entre a radiodifusão e outras plataformas de comunicação social, os argumentos contra uma presença publicamente subsidiada tornam-se mais vocais e, por conseguinte, tornam mais difícil sustentar uma única instituição pública financiada (Barnett, 2010: p. 91).

Durante grande parte da segunda metade do século XX, o desafio para os organismos públicos de radiodifusão em democracias maduras foi a desvinculação do Estado e a preservação da independência política e operacional, mantendo-se ligados através de várias formas de mecanismos de financiamento público. “Os governos não estavam inclinados a libertar inteiramente as suas alavancas de controlo sobre o que os políticos têm visto convencionalmente como a forma mais poderosa de comunicação política. Espera-se que uma empresa nacional de radiodifusão seja simultaneamente politicamente independente e politicamente responsável; ambos controlados pelo governo e descontrolados pelo governo ao mesmo tempo.” (Bignell & Fickers, 2008; Barnett, 2010).

Alguns exemplos na Europa mostram que as tentativas dos governos de transformar a radiodifusão pública em radiodifusão governamental continuam a ser generalizadas. Como salienta a Recomendação (2012) do Comité de Ministros do Conselho da Europa, em algumas circunstâncias continua a ser necessária uma mudança de ser a emissora estatal – com fortes ligações ao Governo e uma menor responsabilização para com a sociedade civil – para se tornarem verdadeiros meios de comunicação públicos, com independência do Estado. Por exemplo, em 2016, na Polónia, realizou-se uma reforma dos meios de comunicação social, colocando a televisão e a rádio públicas sob o controlo direto do Governo e restringindo o papel constitucional do atual regulador dos *media*.

(d) Credibilidade e confiança do SPT num contexto de desinformação

Num contexto caracterizado por sociedades altamente polarizadas, em que há falta de confiança nas instituições e onde a disseminação de desinformação é ampliada pelas redes sociais, a existência de um SPT forte e genuinamente independente de radiodifusão é ainda mais importante.

O problema da desinformação não será resolvido restringindo o conteúdo televisivo, mas sim garantindo que o público tenha acesso a informações imparciais e precisas através de operadores públicos que merecem a sua confiança. A verdadeira resposta à desinformação deliberada é mais liberdade de imprensa e pluralismo, nomeadamente através do desenvolvimento de serviços públicos de boa qualidade de radiodifusão, com elevados padrões profissionais e construindo a confiança do público através de relatórios verdadeiros, responsáveis e éticos (Collins *et al.* 2001; Enli, 2008; De Valck & Teurlings, 2013).

Os desafios e oportunidades que os operadores de radiodifusão enfrentam são diferentes em diferentes países. Os meios de comunicação social estão a tornar-se cada vez mais “desmassificados”: mais serviços, mais escolha entre serviços, maior especialização, serviços de marca para públicos específicos, serviços *premium*. É cada vez mais difícil para os operadores de radiodifusão de serviço público conseguirem corresponder às expectativas do público. Isto é, para serem o que eram nos seus tempos áureos – um serviço nacional universal que oferece tudo a toda a gente. O tempo do monopólio público de televisão parece já ter terminado há muito... (Collins *et al.* 2001: p. 4).

Hoje espera-se que a televisão pública tenha um comportamento de regulador, que seja o fiel da balança e que defenda, acima de tudo, os princípios de serviço público e que não ceda às questões de mercado e que não procure a sua sobrevivência por essa lógica, mas sim pelo princípio de que será o único meio capaz de atingir os princípios de universalidade, equidade, qualidade, relevância e pluralismo (Cádima, 2002: p. 3).

1.2.3. O serviço público de televisão na Europa: alguns exemplos

Em 2015, um grupo de investigadores da Universidade de Glasgow fez um estudo de caso sobre a BBC Three, com o objetivo de compreender em que medida a passagem do canal linear para um serviço apenas *online* seria economicamente mais vantajoso para a empresa. A escolha da BBC Three para este estudo deveu-se ao facto de se tratar do principal serviço de televisão para audiências mais jovens e também pelo facto de a BBC Management ter anunciado, em 2014, o encerramento do canal linear, depois de 92 anos de história. A Direção da BBC apresentou propostas para deixar de distribuir o serviço orientado para a juventude da empresa, a BBC Three, como um canal de transmissão nas plataformas terrestres, por cabo e satélite e, em vez disso, reinventá-lo como um serviço *online* a partir de 2015.

Este estudo mostrou, por um lado, que a descontinuação da distribuição através de um canal linear da BBC Three traria poupanças de custos muito pouco significativas, o que não justificaria uma redução do investimento em conteúdos; por outro lado, mostrou que, apesar das mudanças no comportamento de consumo do público, os canais convencionais continuarão a ser importantes num futuro próximo. Em vez de os descontinuar, uma estratégia mais adequada seria reinventar cada um dos seus serviços de conteúdo, produzindo novos formatos criativos que funcionassem a par dos formatos de distribuição digital. O que é importante realçar – não só para a BBC mas para os fornecedores de conteúdos televisivos em todo o mundo – é que, não obstante a mudança de hábitos de consumo provocados pela internet e pela entrega digital, o canal linear continua a ser o ponto de contacto fundamental para a entrega de conteúdos televisivos a audiências em massa (Wheeler, 2004; Fickers, & Lommers, 2008). O diretor de televisão da BBC em 2014, Danny Cohen, defende que viveremos num mundo híbrido durante muito tempo. Segundo ele, “a BBC pretende ser “grande em ambos”: eficaz tanto na entrega convencional de emissões, como em formatos *online* alternativos.”

Outro estudo, conduzido por Hakon Larsen em 2011, procurou compreender de que forma é que o Serviço Público na Escandinávia está relacionado com a democracia e com a cultura e como é que o panorama mediático em mudança é tratado do ponto de vista da política cultural, especificamente na Noruega e na Suécia. Este estudo mostrou que ambos os países veem a necessidade de assegurar uma esfera pública inclusiva, uma democracia viva e uma cultura nacional. A retórica difere no sentido em que o foco norueguês está no SPT como uma ferramenta para alcançar objetivos de

política cultural, enquanto o foco sueco é mais sobre a razão pela qual a ideia de SPT é importante em si mesma. Sendo instituições financiadas publicamente, os operadores de radiodifusão de serviço público têm de cumprir as obrigações de política cultural (tanto na Noruega como na Suécia é o Ministério da Cultura responsável pelas políticas relacionadas com o SPT). Na Noruega e na Suécia, os operadores de radiodifusão de serviço público recebem a maior parte do seu financiamento através de uma taxa de licença, paga por cidadãos que possuem uma televisão. Promover a cultura nacional e servir a democracia são as principais características da missão SPT. O estudo concluiu que existem muitas semelhanças na política cultural relacionada com o SPT na Noruega e na Suécia: os documentos políticos contêm argumentos para o papel fundamental do SPT para assegurar uma esfera pública inclusiva e uma cultura nacional, e o SPT é considerado um papel importante numa democracia vibrante. Os documentos de ambos os países contêm obrigações políticas práticas, mas os documentos suecos defendem ainda a importância da *ideia* do SPT, baseando o seu argumento numa oposição aos meios comerciais, estando mais em consonância com os debates que se passam noutras partes da Europa (Wheeler, 2004).

1.3. O serviço público de televisão em Portugal

1.3.1. A história da RTP

A RTP – Rádio e Televisão de Portugal – é a empresa de *media* com mais história e tradição na comunicação social portuguesa. Com um valioso património audiovisual, conta com 80 anos de Rádio, 58 de Televisão e 17 de *online*.

Com base no livro *RTP 50 anos de história*, de Vasco Hogan Teves¹, apresenta-se, em seguida, uma breve cronologia da história da RTP desde 1955, o ano em que tudo começou.

Anos 50

A década de 50 marca a entrada da Televisão na era moderna. No dia 15 de dezembro de 1955 emerge o fenómeno televisivo em Portugal, altura em que foi constituída a estação pública de televisão – a Radiotelevisão Portuguesa. As primeiras

¹ Consultado em <https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe80/default.htm>

emissões experimentais da RTP foram para o ar quase um ano depois, a 4 de setembro de 1956, a partir da Feira Popular de Lisboa, e mais tarde, no dia 7 de março de 1957, iniciaram as suas emissões regulares, a partir dos estúdios do Lumiar.

O primeiro grande acontecimento a merecer cobertura televisiva foi a visita ao nosso país da rainha Isabel II, seguida da transmissão em direto da chegada dos astronautas da NASA à Lua. E um dos programas mais marcantes da história da televisão portuguesa foi o Zip-Zip, com Fialho Gouveia, Raul Solnado e Carlos Cruz.

Dava-se, assim, cumprimento ao disposto no artigo 1.º do Decreto-Lei nº 40 341. Por escritura assinada no gabinete da direção da Emissora Nacional de Radiodifusão “ficou definitivamente constituída, por iniciativa do Governo, uma sociedade anónima de responsabilidade limitada, com sede e domicílio na cidade de Lisboa, sob a designação de RTP - Radiotelevisão Portuguesa, SARL”. No artigo 3.º desses estatutos, expressa-se: “A RTP tem por objecto a instalação e exploração, em território português, mediante concessão outorgada pelo Estado, do serviço de radiodifusão, na sua modalidade de Televisão, e bem assim o exercício das seguintes explorações de publicidade:

- a) Cedência de tempo das suas emissões;
- b) Emissões de Televisão e de Radiodifusão com inclusão de publicidade;
- c) Venda e aluguer de filmes com programas;
- d) Venda e aluguer de aparelhos de Televisão e de Radiodifusão e seus acessórios;
- e) Serviço de assistência técnica aos aparelhos de Televisão e de Radiodifusão;
- f) Quaisquer outras actividades comerciais ligadas ou relacionadas com a exploração destes serviços, autorizadas pelo Governo.”

Em outubro de 1958, o Conselho de Administração da RTP determinara que os serviços de publicidade passassem a ter “prioridade na execução dos seus trabalhos sobre quaisquer outros normais de produção, ficando os serviços de Produção e respetivas secções a trabalhar, se necessário, totalmente para a publicidade da empresa, só produzindo programação própria quando não houver programação patrocinada. A publicidade era, com efeito, uma solução para os altos custos que as emissões já representavam, pelo que a partir de dia 1 de agosto, todos os assuntos de publicidade passaram a ser tratados e orientados diretamente pela RTP.

Anos 60 e 70

É em 1960 que os programas do exterior começam a ganhar destaque, passando a figurar no mapa-tipo como componente importante de diversificação de conteúdos. O segundo canal da televisão pública surgiu apenas em 1968, funcionando ora como alternativa ao primeiro canal, ora como complemento.

Os anos 60 saem pois para os 70 sob o imenso impacto do satélite, tornado um por demais evidente soberano nos revolucionários sistemas tecnológicos que dominavam a área das telecomunicações. As imagens em direto tinham então caminho livre, podiam ser transmitidas de e para praticamente todas as partes do Globo, de modo imediato e realista.

A partir de 6 de agosto de 1972, a RTP já não emitia exclusivamente para o território continental. A sua primeira Delegação (mais tarde, Centro Regional) foi oficialmente inaugurada na Madeira, após a realização de algumas emissões experimentais, que permitiram os indispensáveis ensaios e ajustes técnicos na rede de distribuição; e após, sobretudo, um ano de 1971 que foi passado em trabalho intenso de implementação das infraestruturas necessárias.

A revolução de 25 de abril de 1974 ficou marcada pela ocupação da RTP. Sucederam-se tempos turbulentos de luta pelo seu controlo, mas a televisão tornou-se mais aberta e mais pluralista. Aliás, o facto de a RTP ser uma empresa pública tem, ao longo dos anos, suscitado acusações, dos diversos quadrantes políticos, de governamentalização excessiva da estação, nomeadamente no que diz respeito à orientação dos serviços noticiosos.

Anos 80 e 90

O ano de 1980 marcou o início das emissões a cores da RTP. A primeira transmissão a cores foi a final do Festival da Canção, que ocorreu em direto do Teatro Municipal de S. Luiz, a 7 de março de 1980, dia do 23.º aniversário da RTP.

A cores foi também a transmissão em direto do Festival Infantil “Sequim d’Ouro”, realizado em Bolonha, no âmbito da UNICEF. Pela Eurovisão chegaram, ainda, os dois grandes acontecimentos desportivos do ano, que foram, primeiro, o Campeonato da Europa das Nações, em futebol, que decorreu em Itália; depois, os Jogos Olímpicos, realizados em Moscovo.

Chega-se à década de 90, não apenas com a Televisão, mas com toda a indústria do audiovisual. As tecnologias da perfeição – ecrãs planos e de cristais líquidos; sintonizadores digitais, estereofonia, som envolvente – preparam produções muito mais espetaculares. A transmissão de imagens a três dimensões era uma possibilidade que os laboratórios perseguiam, enquanto a HDTV (*High Definition TV*) era um projeto trabalhado, a fundo, pelos japoneses da NHK, desde 1970, e depois seguido pelos da fábrica Sony, já nos anos 80.

No início dos anos 90 e após três décadas e meia como única emissora de televisão em Portugal, emergem dois canais de televisão privados: a SIC (Sociedade Independente de Comunicação), liderado por Pinto Balsemão, e a TVI (Televisão Independente), um canal de inspiração cristã, associado à Igreja Católica. Simultaneamente, a RTP dava início às emissões de dois novos canais: RTP Internacional (dirigida às comunidades emigrantes) e a RTP África (dirigida às comunidades africanas de expressão portuguesa).

Em 1993, ocorre um acontecimento que marcara o futuro da RTP: entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, era celebrado o Contrato de Concessão do Serviço público de televisão por um prazo de 15 anos, abrangendo a difusão pelas redes de cobertura geral que integram as frequências correspondentes aos 1º e 2º canais e, ainda, a emissão internacional. Nesta, além de se determinar orientação apostada na divulgação da nossa cultura e língua junto dos países africanos de expressão oficial portuguesa e das comunidades portuguesas no estrangeiro, avançava-se com a ideia de um previsível acordo com os operadores privados de Televisão, no sentido da RTPi poder vir a incluir nas suas emissões programas por aqueles produzidos ou difundidos.

O Contrato de Concessão é um documento extenso, bem explícito no seu normativo, deixando saliente o facto de ao 1º Canal dever corresponder “um carácter eminentemente generalista, com opções diversificadas e destinado a servir a generalidade da população”; quanto ao 2º Canal, afirmado como “complementar do primeiro”, deverá “servir públicos potencialmente minoritários, integrando programas de carácter educativo” (em vários domínios). “Pelo menos um dos canais deverá abranger as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira” – lia-se, ainda, no documento que, de seguida, anunciava as obrigações de Serviço Público específicas da concessionária perante a sociedade política (sem esquecer o Governo e a administração pública), civil e religiosa; declarava de interesse público os Arquivos Audiovisuais da RTP; não esquecia a necessidade de permanente inovação tecnológica (designadamente no quadro de compromissos com a União Europeia de

Radiodifusão); e acabava detendo-se em implicações financeiras (com relevo para a área das indemnizações compensatórias).

Chegar cada vez mais longe e a todo o lado passou a ser a grande prioridade do serviço público de televisão. Trinta e cinco anos de atividade aí estavam, procurando demonstrar que assim era e conferindo ênfase à divisa “RTP – 35 Anos de Experiência”, que se tornou a acompanhante privilegiada das tarefas da empresa que vinha fazendo e emitindo Televisão ininterruptamente desde 7 de março de 1957.

Ano 2000

O início do século XXI foi marcante para o campo mediático: surgiram profundas transformações relacionadas com o aparecimento da Internet, a emergência dos novos *media* e das plataformas móveis, revolucionando o mercado e trazendo novos desafios e oportunidades à RTP.

31 de março de 2004 é uma data significativa para o operador público de televisão: foi o dia em que a Rádio e Televisão de Portugal inaugurou a sua sede na Avenida Marechal Gomes da Costa, em Lisboa. As modernas instalações albergavam complexos tecnológicos avançados, da geração do digital, com que a RTP e a RDP estavam já a operar para os respetivos universos. Foi precisamente nas novas instalações que se realizou uma conferência de imprensa que deu a conhecer as opções do Governo para o Audiovisual: o desaparecimento da “holding” Portugal Global, nascendo, em sua substituição, a RTP - Rádio e Televisão de Portugal, SGPS SA, na qual se integravam todas as participações do Estado na Televisão (aberta, satélite, cabo e digital) e na Rádio.

No que respeitava à TV, era o início de uma nova etapa de vida, agora fortemente vinculada à sua missão de Serviço público de televisão, e concentrando, além da RTP 1, canal generalista: a RTP Internacional e a RTP África; a RTP Regiões e a RTP Memória; Teletexto e Internet; a RTP Meios de Produção (a criar, em substituição da FOCO e da EDIPIM, em vias de extinção); e, ainda, a gestão do Canal 2, durante o desenvolvimento do seu projeto próprio. E aqui estava uma das mais aguardadas decisões, que o Governo definiu como tendo um objetivo: “fazer serviço público de televisão fora do âmbito do operador de serviço público”.

E foi assim que avançou o alargamento do serviço público ao cabo à Internet e à TV digital. O primeiro destes objetivos foi alcançado após rápidas negociações com a PTM, que cedeu à RTP a maioria do capital da NTV. O canal regional, apenas

disponível para os assinantes da TV Cabo, mas que vinha subindo de audiência na região do Grande Porto, ficou assim a ser gerido pela RTP.

A RTP atingia, assim, finalmente, uma presença significativa nas redes de cabo. Os seus dois canais temáticos, a RTP N e a RTP Memória integraram-se nos meios de difusão de todos os operadores do sistema, com a possibilidade, portanto, de chegarem a perto de 1,5 milhões de pessoas. Quanto aos canais internacionais, começou a dar-se maior importância à produção própria e, desde novembro de 2003, quer a RTP Internacional quer a RTP África, passaram a dispor de programas produzidos pela TVI e pela SIC, na sequência do acordo que estas estações privadas assinaram com a RTP. Em junho de 2004, a RTP Internacional passou todo o seu sistema de distribuição por satélite para digital, o que levou a uma melhoria da qualidade técnica do serviço e a uma redução de quase 50% nos custos de transmissão – um valor deveras significativo.

A “nova empresa” prometida pelo Conselho de Administração da RTP estava assim a consolidar a imagem que, por dever, lhe competia: a de ser e prestar verdadeiro serviço público.

1.3.2. Caracterização do serviço público de televisão português

No *website* da RTP está descrita a sua missão, enquanto operador de serviço público português:

A RTP é o operador de serviço público de Rádio e Televisão de Portugal e, por isso, pretende ser uma referência do audiovisual português, distinguindo-se pela qualidade e criação de valor da sua diversificada oferta. Na sua missão de serviço público assume especial relevância pela qualidade e diversidade da oferta, tanto na rádio como na televisão, bem como nos conteúdos que disponibiliza *online*. É uma referência enquanto plataforma global de comunicação. No cumprimento da sua missão de serviço público de rádio e televisão nacional, assume responsabilidade na promoção dos princípios do desenvolvimento sustentável e na defesa dos direitos humanos e laborais, adotando os Princípios orientadores sobre empresas e direitos humanos da ONU.

Antes de caracterizarmos o serviço público de televisão português, consideramos importante compreender o contexto em que o serviço público de televisão

em geral se insere. Hallin e Mancini (2004) defendem a existência de dois grandes grupos de sistemas mediáticos: o primeiro grupo corresponde aos sistemas mediáticos de cariz eminentemente liberal, que asseguram que os *media* são autónomos e independentes do poder político. O segundo diz respeito aos sistemas mediáticos que atuam sob a chancela do Estado, o qual gere os principais meios de comunicação e informação.

Em função do sistema mediático em que se inserem, estes autores consideram que existem diferentes abordagens sobre a gestão política dos mesmos e apresentam quatro modelos de relacionamento entre o sistema público de televisão e as entidades reguladoras:

- a) Modelo governamental, ao qual pertencem os serviços públicos de televisão que estão sob o controlo e financiamento estatal, sendo encarados como um “servidor público”. Este modelo foi adotado por muitos países da Europa, nomeadamente por Portugal e Espanha.
- b) Modelo profissionalizado, cujos serviços públicos de televisão são independentes do poder político, apresentando, por isso, total autonomia na escolha e transmissão de conteúdos. Este modelo foi adotado, por exemplo, pela BBC.
- c) Modelo de representação proporcional, em que existe um controlo do serviço público de televisão por todos os partidos políticos com representação parlamentar, de uma forma proporcional e equitativa. Este foi o modelo utilizado pela televisão italiana (RAI): na década de 80, a RAI 1 estava sob o domínio do Partido Demócrata Cristão, a RAI 2 sob o controlo de partidos maioritariamente religiosos e a RAI 3 sob a direção do Partido Comunista Italiano.
- d) Modelo de governação corporativista, em que o serviço público de televisão é liderado por elementos da sociedade civil, tais como organizações sociais ou religiosas, sindicatos, entre outros. Este modelo foi adotado, por exemplo, pelo serviço público de televisão holandês.

Com base nestes quatro modelos propostos por Hallin e Mancini (2004), verificamos que a caracterização de televisão pública varia em função do modelo mediático em que se insere. Contudo, constatamos que a estreita relação entre o serviço público de televisão e o Estado está patente na grande maioria dos casos.

Em Portugal, o operador público de televisão pertence ao modelo governamental. Fidalgo (2003) afirma que a RTP sempre foi, ao longo da sua existência, mais uma “televisão estatal” do que uma “televisão pública”, uma vez que nunca se separou da chancela do Estado e dificilmente se adaptou às circunstâncias do mercado. O autor questiona o significado da expressão “serviço público de televisão”, listando algumas perguntas que considera pertinentes:

- a) se um serviço público de televisão implica, ou não, a existência de um operador público de televisão;
- b) se um serviço público de televisão é algo que possa e/ou deva ser subcontratado a operadores privados de televisão;
- c) se um serviço público de televisão tem a ver apenas com conteúdos de programação ou também com questões de propriedade, de gestão, de controlo;
- d) se um serviço público de televisão é, relativamente às ofertas privadas, uma alternativa global estruturada ou um complemento com carácter supletivo e mais ou menos pontual;
- e) se as responsabilidades públicas face à televisão se esgotam na organização de uma oferta pública de determinados conteúdos, ou se se alargam à paisagem televisiva geral em termos de infraestruturação, regulação e fiscalização. (2003: p.9)

A par da tentativa de compreender o verdadeiro significado da expressão serviço público de televisão, Fidalgo (2003) questiona-se também sobre o papel do serviço público português: o que foi e o que é a RTP enquanto operadora pública de televisão? Tem cumprido o seu papel de serviço público de televisão global e coerente de verdadeiro interesse público? Estará a RTP cada vez mais semelhante às televisões privadas, nas grelhas, nos programas, nos critérios, na conquista incessante de audiências?

Sousa & Santos (2003) corroboram a opinião de Fidalgo (2003), considerando que a RTP, durante grande parte da sua história, não significou um canal de prestação de um serviço público, aos cidadãos portugueses, revelando-se, sim, uma voz estatal, um veículo de comunicação dos diferentes Governos em Portugal. Na perspetiva destes autores, “o poder político nunca abdicou de impor a sua visão de interesse público à RTP e que a estação, independentemente da qualidade dos seus profissionais nas áreas da informação e programação, navegou ao sabor dos desejos da tutela – antes e

depois da nacionalização, antes e depois da radical mudança política de 1974. Na matriz criadora da RTP está inscrita a noção de prestar serviço ao poder político e não aos cidadãos. Tal não implica que a RTP não tenha – em muitas situações - servido também os cidadãos; significa apenas que o serviço aos cidadãos e com os cidadãos nunca fez parte das preocupações essenciais dos principais responsáveis da empresa e de quem os nomeava. Do que acima foi avançado, pode inferir-se que a relação Estado – RTP – cidadãos nunca foi, nos quase 50 anos da história da teledifusão, multidireccional.” (2003: pp. 18-19)

Por outro lado, o sistema de televisão em Portugal, após ter passado por um período de monopólio público das emissões e na sequência de transformações tecnológicas, económicas, político-legais e sociais entrou definitivamente na era concorrencial com o surgimento de outras opções (Traquina, 1997: p. 16). No início dos anos 90 e após três décadas e meia como única emissora de televisão em Portugal, emergem dois canais de televisão privados: a SIC (Sociedade Independente de Comunicação), liderado por Pinto Balsemão, e a TVI (Televisão Independente), um canal de inspiração cristã, associado à Igreja Católica.

Se, por um lado, a entrada da iniciativa privada no panorama televisivo português contribuiu para uma oferta mais ampla de canais emissores, por outro, causou um forte impacto na atividade do operador público de televisão. “Os investimentos feitos ao longo da década de 90 por parte do Conselho de Administração da RTP foram, essencialmente, realizados no sentido de a aproximar daquilo que se revelavam ser as duas televisões privadas. Essas ações foram sempre contra o propósito da televisão estatal, criando uma onda de dúvida sobre a justificação da manutenção de uma televisão nos moldes da RTP” (Cádima, 2002: p. 4).

Na perspetiva de Torres (2011), a RTP foi, durante muitas décadas, uma televisão elitista, ou seja, apesar de procurar incluir e alcançar todas as classes sociais, tendo uma missão cultural e educativa, a verdade é que transmitia o modo de vida de uma determinada elite, expondo esse modo de vida como o exemplo a seguir, como o modo de vida que o Estado definiu como sendo aquele que deveria ser extensível a toda a população. (2011: p. 48). Com o 25 de abril de 1974, emergiu o novo regime político de democracia e com ele vislumbrou-se uma luz ao fundo do túnel: a abertura da RTP a uma nova programação mais centrada no público e menos no regime político. Porém, nada parece ter mudado: RTP manteve-se como “instrumento político de primeira ordem” e foi palco de um ativo conflito de interesses políticos entre as forças vencedoras do processo revolucionário. (2011: p. 50).

Num novo quadro de oferta e de consumo audiovisual e num panorama de transformação tecnológica, a RTP enfrenta grandes desafios: ser capaz de se adaptar às novas plataformas digitais e de atrair novos públicos, sobretudo as novas gerações. Num contexto social onde a oferta mediática é diversificada, os telespectadores mais jovens são os protagonistas de uma nova forma de ver televisão, que é cada vez mais multitarefa (Cardoso *et. al.* (2009). E tendo em conta a concorrência do cabo, do satélite e do *online* e sendo “o telespectador cada vez mais um programador” (Cádima, 2011: p. 13), a televisão generalista tem de se reinventar, criando novas áreas de negócio, canais temáticos e muita interatividade. (Fidalgo, 2003; Sena, 2008; Cunha, 2008).

Em suma, o contexto em que se encontra o serviço público de televisão português é desafiante e de verdadeira transformação, não só devido à evolução tecnológica, à conjuntura político-económica, ao investimento publicitário, às ofertas de programação, mas também e, sobretudo, devido à emergência de um novo perfil de telespectador cada vez mais ativo e participativo, que desenha a sua própria grelha de programação (Torres, 2011).

Mediante este panorama televisivo em grande transformação, o que se espera da RTP, enquanto operador de serviço público?

1. Um comportamento de regulador, que defenda os princípios de um verdadeiro serviço público: universalidade, equidade, qualidade, relevância e pluralismo (Cádima, 2002). Regulação não passa apenas por legislar, controlar, fiscalizar, punir; passa também por mostrar, influenciar, garantir possibilidades de escolha, provar que há outros caminhos e outras lógicas – afinal, exercer uma pedagogia que confira cada vez mais aos cidadãos um efetivo direito de escolha autónoma e consciente (Collins, 2002).
2. Com a crescente fragmentação das audiências, deverá apostar no entretenimento, na interatividade e no *transmedia storytelling* (Jenkins, 2003).
3. Deve apostar num modelo qualitativamente mais exigente e rigoroso e pautar-se por conteúdos que sejam claramente distintos das ofertas comerciais. (Cádima, 2011).
4. A produção de conteúdos deverá responder às exigências dos telespectadores e adaptar-se às novas potencialidades do *medium*, assim como às múltiplas plataformas de difusão, ou seja, os conteúdos têm de

renovar-se para servir novos públicos. Deve oferecer uma programação alternativa à televisão comercial e centrar-se na produção de programas de qualidade (Torres, 2011).

5. Deve oferecer uma programação global, integrada, com uma linha condutora própria e objetivos bem definidos, quer em termos de projeto editorial (para a informação), quer em termos de formação e entretenimento (Sondergard, 1999).
6. Deve seguir a lógica de um “serviço-padrão” de televisão pública, proporcionando uma oferta televisiva universalmente acessível e contemplando os ingredientes básicos de informação/formação/ entretenimento, além de assegurar uma alternativa permanente às televisões comerciais (Raboy, 1996).
7. Não deve estar confinado à lógica de programação e à elaboração de grelhas concretas, mas deve alargar-se também ao próprio estatuto do operador, à sua relação com o poder e com a sociedade, às suas metodologias de trabalho, à sua gestão. Significa isso que tem de funcionar com isenção e distância face ao Governo, devendo ser dotado de mecanismos que não só garantam essa independência como também permitam a participação plural dos cidadãos na sua definição, acompanhamento e controlo (Fidalgo, 2003).
8. Deve seguir uma lógica mais “de inovação” do que uma lógica “de reação” sendo capaz de encontrar, no novo contexto social, político, económico e tecnológico, um lugar e um papel que foi perdendo mas que, aparentemente, ainda faz sentido junto dos cidadãos (Fidalgo, 2003).

Concluimos esta secção com uma reflexão de Rumphorst (1998): o verdadeiro serviço público de televisão coloca sempre a tónica no público. O autor desconstrói a expressão «serviço público» em três dimensões: (i) um serviço público que é feito para o público, interagindo com ele e procurando compreender os seus interesses e necessidades; (ii) um serviço público que é financiado pelo público, no todo ou em parte; (iii) um serviço público que é controlado pelo público, independente do poder político e que ouça os cidadãos e os deixe participar.

1.3.3. A missão da RTP na promoção da língua portuguesa

A fim de compreendermos a missão da RTP na promoção da língua portuguesa, importa conhecer a regulação legal relativa ao acesso à atividade televisiva e o seu exercício em Portugal.

Como se referiu anteriormente, o Serviço Público de Rádio e Televisão é atribuído pelo Estado à Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP), através de um contrato de concessão, nos termos Lei da Rádio e da Lei da Televisão.

A lei da televisão em Portugal tem como objetivo regular o acesso à atividade de televisão e o seu exercício e transpõe parcialmente para a ordem jurídica interna a Diretiva n.º 89/552/CEE, do Conselho, de 3 de outubro, na redação que lhe foi dada pela Diretiva n.º 97/36/CE, do Parlamento e do Conselho, de 30 de junho.²

Na lei n.º 27/2007, de 30 de julho, estão definidos como objetivos da atividade televisiva (destacado nosso):

- a) Contribuir para a informação, formação e entretenimento do público;
- b) Promover o exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações;
- c) Promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural;
- d) **Difundir e promover a cultura e a língua portuguesas, os criadores, os artistas e os cientistas portugueses e os valores que exprimem a identidade nacional;**
- e) Contribuir para assegurar os princípios da tolerância, da solidariedade, da não discriminação e da coesão social;
- f) Assegurar, em todas as suas emissões, um nível elevado de proteção dos consumidores.

No artigo 44.º dessa lei, são definidas algumas disposições sobre a defesa da língua portuguesa, as quais se transcrevem abaixo:

1 — As emissões devem ser faladas ou legendadas em português, sem prejuízo da eventual utilização de qualquer outra língua quando se trate de programas que

² Diário da República, 1.ª série — N.º 145 — 30 de julho de 2007

preenchem necessidades pontuais de tipo informativo, destinados ao ensino de idiomas estrangeiros ou especialmente dirigidos a comunidades de imigrantes.

2 — Os serviços de programas televisivos de cobertura nacional, com exceção daqueles cuja natureza e temática a tal se opuserem, devem dedicar pelo menos 50 % das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, televenda e teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa.

3 — Sem prejuízo do disposto no número anterior, os serviços de programas nele referidos devem dedicar pelo menos 20 % do tempo das suas emissões à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa.

4 — Para efeitos da contabilização da percentagem de programação referida no número anterior contam -se somente as primeiras cinco exposições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas.

5 — As percentagens previstas nos n.ºs 2 e 3 podem ser preenchidas, até um máximo de 25 %, por programas originários de outros países lusófonos para além de Portugal.

6 — Os operadores de televisão devem garantir que o cumprimento das percentagens referidas nos n.ºs 2 e 3 não se efectue em períodos de audiência reduzida.

O artigo 51.º da mesma lei diz respeito às obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão, referindo na sua alínea g): a promoção da emissão de programas em língua portuguesa, de géneros diversificados, e reservar à produção europeia parte considerável do seu tempo de emissão, devendo dedicar-lhes percentagens superiores às exigidas na presente lei a todos os operadores de televisão, atenta a missão de cada um dos seus serviços de programas.

Depois de apresentadas as disposições legais da lei da televisão em vigor em Portugal, importa agora dar a atenção a outro texto legal que regula serviço público de televisão: o Contrato de Concessão. É através deste contrato, assinado entre a RTP e o Estado português, que se definem os objetivos do serviço público de televisão e os direitos e obrigações da RTP e do Estado, bem como os critérios de avaliação do cumprimento do serviço público.

O atual Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão foi assinado no dia 6 de março de 2015 e tem a duração de 16 anos. Este contrato define os objetivos do serviço público, fixa as obrigações específicas da Concessionária e determina as suas orientações estratégicas. Na sua cláusula 1ª, define o seu objeto como sendo o de “regular a concessão de serviço público de rádio e televisão, que compreende a produção, emissão e difusão de conteúdos sonoros e audiovisuais,

designadamente através da prestação de serviços de televisão, de rádio e de multimédia, definindo os direitos e obrigações do Estado e da Concessionária...».

Para este trabalho, cujo principal objetivo é compreender o papel da RTP na promoção da língua portuguesa, importa apenas considerar o disposto nas cláusulas 4.^a, 5.^a e 7.^a, as quais se debruçam em exclusivo sobre a promoção da língua portuguesa. Transcrevem-se em seguida as respetivas alíneas dessas cláusulas:

Cláusula 4.^a – Princípios de Atuação

Ponto 2, alínea b): A promoção da cultura e da língua portuguesa e dos valores que exprimem a identidade nacional, de acordo com uma visão universalista, aberta aos diferentes contextos civilizacionais e promotora dos direitos fundamentais.

Cláusula 5.^a – Objetivos do Serviço Público

Alínea c): promover a língua e a cultura portuguesa, a lusofonia e os princípios comuns europeus, valorizar o saber e a diversidade, contribuindo para o esclarecimento dos públicos.

Cláusula 7.^a – Âmbito

Ponto 5, alínea c): A promoção da cultura e da língua portuguesas.

Ficou prevista a revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão a cada 4 anos, ou sempre que se justificasse, em conformidade com o princípio da liberdade contratual. Face ao desenvolvimento tecnológico que tem condicionado a atuação dos serviços audiovisuais em todo o mundo, bem como aos desafios que têm surgido, esta revisão aposta no crescimento da produção e da difusão de conteúdos digitais e no centro desta proposta está, segundo o Conselho de Administração da RTP, a promoção da língua e da cultura portuguesas.

Em suma, como foi possível constatar, quer na lei da televisão, quer no contrato de concessão entre a RTP e o Estado português são definidos como objetivos da sua atividade a promoção da língua e da cultura portuguesas.

Importa-nos, assim, compreender de que forma a televisão pública tem promovido a língua portuguesa, dando cumprimento às cláusulas 4.^a, 5.^a e 7.^a do contrato de concessão com o Estado português.

1.3.4. O papel do Provedor do Telespectador

No serviço público, a lei estabelece, desde 2006, a existência de um Provedor do Ouvinte e de um Provedor do Telespectador. Para compreender o papel do Provedor do Telespectador da RTP, consideramos importante conhecer os conceitos de regulação e de autorregulação.

As sociedades democráticas necessitam de meios de comunicação livres, mas igualmente responsáveis: É com base na equação – liberdade e responsabilidade (em que uma implica a outra) – que emerge a regulação, devido precisamente à necessidade de haver uma supervisão dos *media* a fim de garantir a existência de sociedades livres e saudáveis (Camponez, 2009). Mas o que é, afinal, regular?

Regular é definir e implementar regras gerais de conduta, a fim de orientar os operadores económicos e sociais sobre as condutas que devem seguir. É também supervisionar a respetiva atividade e sancionar as empresas e instituições quando estas não cumpram essas regras (Black, 2002). Prosser, 2010) assinala quatro objetivos da regulação: 1) “maximizar a eficiência e a escolha do consumidor”, 2) “proteger direitos básicos”, 3) promover a “solidariedade social” e 4) para o “desenvolvimento da participação e da deliberação”.

Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), existem pelo menos três formas de regulação: a económica, que interfere diretamente nas relações de mercado; a social, que protege os interesses públicos, tais como meio ambiente e segurança e a administrativa, que são regras por meio das quais os governos coletam informações e intervêm em decisões económicas individuais (OCDE, 1997). Isto significa que são reconhecidos, com bastante amplitude, às entidades reguladoras essencialmente, três poderes, que lhes permitam desenvolver a atividade regulatória da melhor forma possível:

- (1) o poder regulamentar (isto é, fixar regras, criando normas e regulamentos);
- (2) o poder de supervisão (permite ao regulador orientar e acompanhar os regulados, quer antes de estes entrarem no mercado - supervisão prévia ou a priori - quer num momento posterior – supervisão sucessiva ou a posteriori – quando estes já atuam neste) e
- (3) o poder sancionatório (aplicação de coimas e outras sanções - muitas vezes mais penalizadoras para o infrator do que as primeiras - às empresas reguladas que não cumpram com as regras estabelecidas pelo regulador).

O termo *autorregulação* refere-se, de uma forma muito simplista, a uma supervisão dos *media* pelos próprios *media*, tendo em conta que se exige dos órgãos de comunicação, como se referiu anteriormente, um comportamento socialmente responsável. É com base nesta premissa que emerge um sistema efetivo de autorregulação.

Autorregulação corresponde, assim, a um mecanismo de intervenção na atividade dos *media* desenvolvido pelos próprios regulados, que tem por base o acordo voluntário sobre normas de conduta sustentadas na qualidade, rigor e responsabilidade para com os seus pares e também para com a própria sociedade. Trata-se, na verdade, de instrumentos de prestação de contas e de zelo pelas suas responsabilidades profissionais (Himmelboim & Limor, 2008).

A autorregulação está, de acordo com Aznar (2005), intimamente ligada às questões éticas e deontológicas. Trata-se do “estabelecimento de mínimos comportamentais que decorrem da livre iniciativa daqueles que diretamente se enquadram na atividade a regular, na base do compromisso e do respeito mútuos. Esses mínimos são, aliás, muito íntimos ao foro ético-deontológico” (2005: p. 12). Ana Gavela, no seu livro *Autorregulação dos Media em Portugal e Estudo de Casos*, de 2017, corrobora essa afirmação, dizendo que “para um futuro esperançoso e aberto, a Ética e a Deontologia apresentam-se, neste cenário, como pilares essenciais para uma comunicação responsável e como alicerces impulsionadores de uma autorregulação nos *media*, própria do século XXI.”

Victoria Camps (2004), por seu turno, defende a existência de duas dimensões da autorregulação: uma filosófica e outra jurídica. Do ponto de vista filosófico, a autorregulação relaciona-se com a ética e com a capacidade de os indivíduos se comportarem de acordo com a sua consciência. Na perspetiva jurídica, a autorregulação, sendo objeto do tratamento político e jurídico, estabelece as condições e os objetivos do seu exercício. Porém, a deontologia não pode ser confundida com autorregulação: “a deontologia adquire sentido quando um grupo social organizado demonstra algum interesse em submeter a sua atividade profissional a regras de controlo ético, de responsabilização e de qualidade. A autorregulação, por sua vez, assume-se pelo seu carácter institucional e coletivo, a partir do qual garante a publicidade, a continuidade e a coerência das suas normas e julgamentos” (Camponez, 2009: p. 169).

A autorregulação pode concretizar-se através de mecanismos mais ou menos institucionalizados, destacando-se os seguintes: os conselhos de imprensa, o Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses, o Conselho Deontológico do Sindicato dos

Jornalistas e a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista. Ao nível das redações, podem encontrar-se uma série de mecanismos que se enquadram no âmbito da autorregulação: os conselhos de redação, os estatutos editoriais e os Provedores – dos leitores, dos ouvintes e dos telespectadores (Lameiras, 2016).

De acordo com a Organization of News Ombudsmen (ONO), as funções dos Provedores são as seguintes: promover a qualidade, a responsabilidade e a transparência das práticas jornalísticas; explicar os “papéis e as obrigações do jornalismo ao público”; investigar as queixas e os comentários do público e os problemas subjacentes e, por fim, uma função mediadora “entre as expectativas do público e as responsabilidades dos jornalistas”. Hugo Aznar explica que, quando se elege alguém externo aos *media*, isso pode significar um maior compromisso com o público e maior independência no desempenho das suas funções (Aznar, 1999). Os Provedores encontram abrigo legal no caso português, embora com algumas especificidades.

De modo muito simplista, podemos dizer que o Provedor é uma figura que pode ser vista como “uma pessoa bem aceite que representa os interesses das pessoas ordinárias” (Kleinstauber, 2004). É alguém “que lida apropriada e adequadamente e de modo totalmente independente com as queixas do público, que critica e julga publicamente a qualidade e a apresentação dos produtos jornalísticos (...), que testa os seus julgamentos e opiniões à luz dos standards éticos dos media envolvidos e os coloca no contexto dos tópicos relevantes da ética jornalística” (Evers, 2012). Para este autor, a reciprocidade entre a ética profissional e a qualidade é uma forma de procurar sustentar a *accountability* e a responsabilidade social dos *media* situadas ao nível da autorregulação, aplicando-se, naturalmente, ao caso dos Provedores.

No *website* do RTP, está descrita a missão do Provedor do telespectador, que transcrevemos abaixo (numeração nossa):

1. Representar e defender, no contacto com as Empresas de Serviço Público de Rádio e de Televisão, as perspetivas dos Ouvintes e dos Telespectadores diante da oferta radiofónica e televisiva.
2. Acentuar a fiabilidade do Serviço Público prestado pelas Estações de Rádio e Televisão da RTP, SGPS, SA, bem como promover a credibilidade e a boa imagem de todos os seus profissionais.
3. Estimular o cumprimento da ética profissional e dos códigos deontológicos por parte de todos os profissionais da RTP, SGPS, SA.

4. Fomentar os índices de recetividade dos diversos agentes das estruturas que participam na produção dos conteúdos, perante as observações dos Ouvintes e dos Telespectadores.
5. Contribuir para uma cultura de autocrítica e de prevenção de eventuais atitudes corporativistas no interior das Empresas, mas também por parte dos cidadãos a quem representam.

Está fora do âmbito deste trabalho fazer uma análise do conteúdo dos relatórios do Provedor do Telespectador dos últimos anos, observando a correspondência enviada pelos telespectadores e analisando com especial atenção as queixas relacionadas com o uso da língua portuguesa. Porém, numa investigação futura, essa análise permitiria compreender se o Provedor tem respondido de forma eficaz a um público que se preocupa e valoriza o bom uso da língua portuguesa pela estação de serviço público.

CAPÍTULO 2 - A LÍNGUA PORTUGUESA

Tendo em conta que o objetivo central deste trabalho é compreender o papel da televisão pública na promoção da língua portuguesa, consideramos relevante apresentar uma breve história da língua portuguesa, bem como o seu papel no mundo.

2.1. Introdução

A língua portuguesa é a língua que os portugueses, os brasileiros, muitos africanos e alguns asiáticos adquirem no berço, como língua materna, utilizam como meio de comunicação diária e reconhecem como património nacional.

Uma língua tem um valor patrimonial inestimável, constituindo um elemento da identidade coletiva. A UNESCO, considerando a diversidade linguística como uma das riquezas da Humanidade, tem promovido diversas medidas de defesa e promoção das línguas em geral, em particular as minoritárias. Nesse sentido, a Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial da UNESCO determina, desde 2003, que, no âmbito desse património, além das “tradições e expressões orais”, se inclua “o idioma como veículo do património imaterial cultural” (Banza & Gonçalves, 2018: p. 5).

A memória de um povo é construída e transmitida através da língua oral e escrita e, do mesmo modo, é nela que se materializam as mais diversas manifestações do conhecimento técnico, científico, artístico e humanístico. Mas se é certo que a língua é simultaneamente veículo da herança histórica e cultural dos povos, não é menos verdade que a língua é, ela própria, uma entidade histórica de valor inestimável (Banza & Gonçalves, 2018: p. 6).

Tal como cada ser humano possui um bilhete de identidade biológico que o distingue de todos os outros, também cada língua possui uma identidade própria. Consta do bilhete de identidade da língua portuguesa que pertence ao ramo itálico-românico da grande família das línguas indo-europeias e à subfamília das línguas românicas, isto é, ao grupo de línguas que se formaram do contacto do latim com as línguas faladas pelos povos romanizados: o espanhol, o catalão, o provençal, o francês, o italiano e o romeno (Castro, 1991; Duarte, 2002).

Ao longo da sua história, o português tem vindo a marcar a sua individualidade no seio das línguas românicas, apresentando hoje propriedades que fazem dela um exemplar de estudo. A língua portuguesa é uma língua de especificidades, de marcas

muito próprias, com propriedades gramaticais muito peculiares, com um sistema verbal complexo, que fazem dela uma língua única.

2.2. Breve história da língua portuguesa

Para conhecermos a história da língua portuguesa, precisamos de conhecer a história do latim – a língua de Roma – que, pela expansão do Império Romano, chegou até ao território onde o português viria a nascer.

Como se referiu anteriormente, a língua portuguesa pertence à grande família das línguas indo-europeias e à subfamília das línguas românicas, porém, não nasceu ao mesmo tempo em todo o enorme espaço que hoje ocupa. Nasceu, sim, num pequeno território do canto noroeste da Península Ibérica, de onde se expandiu na direção do sul. Da profunda diversidade linguística do mundo românico antigo, foram emergindo dialetos mais fortes e prestigiados socialmente por serem a língua da religião e da administração dos novos estados. É neste contexto que nasce a língua portuguesa. (Baldinger, 1972; Nunes, 1989).

A história começa no ano 218 a.C., data em que o exército romano, no seio da Segunda Guerra Púnica, desembarca na Península Ibérica, dando início a um longo processo de aculturação dos povos peninsulares – a romanização. A Península é inicialmente dividida em duas províncias: a Hispânia Citerior (nordeste) e a Hispânia Ulterior (sudoeste). Depois do processo de romanização, a Península sofreu a invasão dos bárbaros germânicos em diversos momentos e com diversas influências que muito contribuíram para a fragmentação linguística da Hispânia: em 409, os alanos, os vândalos e os suevos, e em 416 foi a vez dos visigodos. Quando o Império Romano se consolidou, no primeiro ano do calendário cristão, o latim era a língua oficial de um território imenso, povoado por soldados, camponeses, comerciantes e eruditos. Cada um destes grupos falava uma variedade do latim, sendo as duas principais o latim vulgar e o latim clássico. É no latim vulgar que o português tem origem, assim como todas as línguas românicas (Castro, 1991; Teyssier, 1994; Banza & Gonçalves, 2018).

A expressão *latim vulgar* provém de *vulgus*, que, em latim, quer dizer *povo* e designava a língua falada pelas camadas populares que não tinham acesso à educação formal. O prestígio da cultura de Roma, impondo-se às populações vencidas, conduziu a uma rápida difusão na Península Ibérica da língua dos vencedores. À exceção dos bascos, todos os povos peninsulares acabaram por adotar o latim como língua (Baldinger, 1972; Cardeira, 2006).

Em 711, começa um dos períodos mais cinzentos da história peninsular. Os Muçulmanos, que tinham o Islão como religião e o árabe como língua, invadem e conquistam em pouco tempo a Península Ibérica. Após uma fase de confrontos entre cristãos e árabes, a reação à colonização manifesta-se principalmente através da resistência a nível cultural e linguístico. É assim que o árabe – a língua da cultura invasora – convive no mesmo espaço com o latim (Nunes, 1989; Teyssier, 1994).

À entrada do ano mil, parte do Norte um movimento descendente de reconquista que dá origem a um alargamento territorial, o qual, por sua vez, se traduz numa divisão em reinos. Ora, a constituição de reinos distintos implicou a criação de fronteiras políticas, e as fronteiras políticas transformaram-se em fronteiras linguísticas. Assim, Galiza e Portugal, Astúrias e Leão, Castela, Navarra e Aragão e Catalunha afirmam-se como entidades políticas distintas e consequentemente como sistemas linguísticos distintos. Em cada uma destas regiões inicia-se uma nova língua: o galego-português, o astur-leonês, o castelhano, o navarro-aragonês e o catalão (Baldinger, 1972; Duarte, 2002; Castro, 2004). Foi, assim, entre o Douro e o Mondego que se formou a língua galego-portuguesa.

Os cinco séculos de presença árabe na Península Ibérica e a posterior Reconquista Cristã são determinantes na formação de três línguas peninsulares: o galego-português, a oeste, o castelhano, no centro, e o catalão, a leste. Estas línguas, todas nascidas a Norte, foram levadas para o Sul pela Reconquista Cristã. À medida que se avança para sul, a influência linguística e cultural dos Muçulmanos vai-se tornando mais forte, sendo profunda do Mondego ao Algarve (Teyssier, 1994; Bechara, 1999).

A evolução de uma língua é determinada não só por fatores linguísticos, mas também por fatores históricos, económicos, sociais e culturais. Na história da língua portuguesa, os investigadores distinguem duas grandes épocas: a época antiga e a época moderna. À primeira corresponde o português medieval, desde a sua formação até ao momento de viragem que o Renascimento representa. À segunda, o português do século XVI em diante. Mas cada uma destas épocas inclui diferentes períodos.

No século XII, inicia-se o período do **português arcaico**, que vai do século XII até meados do século XIV. É neste período que surge o galego-português, que coincide com a criação do Reino de Portugal. Além de ser a língua adotada pelos moçárabes e pelos muçulmanos que tinham permanecido na Península, passou também a ser a língua de outros grupos que se deslocavam do Norte para o Sul, ocupando as terras abandonadas pelos árabes. Contudo, apesar de o galego-português ser uma língua de grande prestígio, ainda se usava o latim na escrita de muitos documentos oficiais

(Baldinger, 1972; Nunes, 1989; Teyssier, 1994). Este período é também marcado pelo surgimento dos primeiros documentos escritos: o Testamento de Afonso II (1214) e a Notícia de Torto (1211-1216). Trata-se de documentos oficiais, documentos particulares de compra e venda, doações, etc. (Nunes, 1989; Teyssier, 1994).

Até ao século XIV, o português e o galego constituem uma unidade linguística que se foi definindo através de um processo de distanciamento em relação às outras línguas românicas. A vitória da burguesia sobre a aristocracia, simbolizada pela Batalha de Aljubarrota, marca o fim do período arcaico, caracterizado por um cada vez maior afastamento entre o português e galego.

No início do século XV, os Descobrimentos e as conquistas dos portugueses marcam um novo período da história da língua portuguesa – o período do **português médio** (ou pré-clássico). Neste período, marcado por profundas transformações socio-histórias e linguísticas, o português e o galego tomam caminhos divergentes e o português inicia um processo de elaboração que irá permitir a sua normalização e fixação enquanto língua oficial. Este período é marcado também pela publicação da primeira gramática – *Grammatica da lingoagem portuguesa*, de Fernão de Oliveira, em 1536, que inaugura uma nova fase da história da língua portuguesa. A publicação de gramáticas, vocabulários e cartilhas, bem como o desenvolvimento da imprensa e da literatura traduzem-se a partir do século XVI na progressiva estabilização da língua.

Gil Vicente representa a ponte entre a cultura e a língua medievais e o Renascimento, entre o português médio e o clássico. A língua é encarada já não apenas como um meio de transmitir uma mensagem, mas como um objeto de estudo. E se a língua pode ser trabalhada com objetivos estéticos, pode também ser analisada, estudada e descrita (Castro, 1991; Castro, 2004; Cardeira, 2006).

Em meados do século XVI, inicia-se o período do **português clássico**, reflexo de uma profunda mudança de mentalidade, trazida pelo Renascimento e pelos Descobrimentos. Este período corresponde à fixação da norma e de uma instituição social, o idioma nacional. A Corte, a capital e a Igreja concentram a cultura. Multiplicam-se as gramáticas, os tratados de ortografia e as cartilhas. Começa a surgir uma grande preocupação com o ensino da língua portuguesa e um grande interesse pela normalização. A fixação de uma norma linguística torna-se, assim, um dos principais objetivos dos gramáticos (Castro, 2004; Cardeira, 2006). No final do século XVII, a língua portuguesa é uma língua em expansão, com uma produção literária relevante e com um padrão linguístico firmado por literatura, gramáticas, ortografias e dicionários.

No século XVIII, inicia-se o período do **português moderno**. Portugal encontra-se dividido entre a Europa e o Brasil e entre um pensamento conservador e uma nova

mentalidade. Na Europa, as inovações tecnológicas faziam avançar o conhecimento científico e iluminavam o pensamento; no Brasil, as riquezas agrícolas e minerais atraíam a emigração (Castro, 1991; Castro, 2004). Das reformas impulsionadas por Marquês de Pombal fazem parte o avanço da alfabetização e o crescimento do número de mestres de ler e escrever, bem como a fundação de uma tipografia oficial, a Impressão Régia. O alargamento do ensino e da imprensa e o crescimento económico e demográfico têm como consequência natural um crescente empenho no estudo da língua portuguesa e na fixação e divulgação da norma culta. O eixo Coimbra-Lisboa marca, assim, aquela que seria considerada a norma padrão da língua portuguesa.

Em 1911, o Governo nomeia uma comissão para estabelecer a ortografia a usar nas publicações oficiais. Esta reforma, em que desaparecem as consoantes dobradas, o grupo ph (como em *farmácia*), aproxima já bastante a ortografia de então da atual. “Descrita, dicionarizada, regulamentada, a língua portuguesa já não é a língua de Garrett, de Camilo ou de Herculano: torna-se agora a língua de Eça, de Pessoa e de Saramago (Cardeira, 2006: p. 77).

Do século XVIII até aos dias de hoje, **o português moderno** não tem sofrido mudanças linguísticas radicais. A norma, centrada em Lisboa, difunde-se agora com facilidade através do ensino e dos meios de comunicação social.

Ao ultrapassar as fronteiras europeias, o português tornou-se a língua de comunicação para muitos povos e culturas. No Oriente, em África, na América fala-se português. Consagrado como o idioma de cerca de 260 milhões de pessoas nos mais diversos pontos do globo, o português deixou de pertencer só a Portugal e tornou-se a ponte linguística entre povos, culturas e nações.

2.3. Língua portuguesa: unidade e diversidade

Uma língua não é uma entidade estática, mas sim um organismo vivo e em constante mudança. A variação linguística é uma característica de qualquer língua viva e é sempre motivada quer por fatores linguísticos, quer por fatores extralinguísticos (Duarte, 2000; Cardeira, 2006; Raposo, 2013).

A língua portuguesa, cuja difusão se foi operando ao longo dos séculos nas mais diversas partes do mundo, não dispõe de um território contínuo (mas de vastos territórios separados, em vários continentes) e não é exclusiva de uma comunidade. Por esse motivo, apresenta necessariamente variações a todos os níveis: fonético, morfológico, lexical, sintático e semântico, que se manifestam em três dimensões:

- Variações diacrónicas (ou históricas): uma língua muda à medida que o tempo vai passando.
- Variações diatópicas (ou geográficas): uma língua muda de acordo com a organização do espaço em que é falada.
- Variações diastráticas (ou sociais): uma língua muda de acordo com as características e a estrutura da comunidade que a fala.

Consideremos em primeiro lugar as variações diacrónicas (ou históricas). Na passagem do português antigo para o português clássico, perdemos os dois auxiliares dos tempos compostos que o francês e o italiano mantêm (os verbos correspondentes a *haver* e *ser*, que substituímos pelo auxiliar *ter*), ganhámos uma forma única no panorama das línguas românicas – o infinitivo flexionado (*ter*, *teres*, *termos*, *terem*) e iniciámos o processo de redução do vocalismo átono (*festa-festinha*; *casa-casinha*), a evolução de *vossa mercê* para *você*, etc. etc. Estes são apenas alguns exemplos de variações linguísticas que ocorreram ao longo do tempo (Castro, 1991; Duarte, 2000).

Outro elemento de variação linguística é o fator geográfico. Como sabemos, o português falado em Portugal (denominado português europeu) e o português falado no Brasil (português brasileiro) apresentam diferenças linguísticas evidentes, a nível fonológico, lexical e sintático. Também as variedades africanas dos países de língua oficial portuguesa parecem ter características que as distinguem quer do português europeu, quer do português brasileiro. Este facto é esperado, uma vez que nestes países, ao contrário do que se verifica em Portugal e no Brasil, a maioria da população não tem o português como língua materna, mas sim como língua segunda, sendo a sua língua materna um crioulo de base lexical portuguesa (por exemplo, em Cabo Verde) ou uma língua africana (em Moçambique, cerca de 75% da população tem como língua materna uma língua do grupo bantu (Duarte, 2000; Raposo, 2013).

Os diferentes usos de uma língua em diferentes regiões denominam-se dialetos e a variação linguística associada a fatores regionais designa-se variação dialetal ou diatópica. De acordo com a classificação baseada em critérios fonéticos proposta por Cunha & Cintra (1989), no português falado no continente, que evoluiu a partir do galego-português, distinguem-se dialetos:

- Setentrionais (desde o Minho, Trás-os-Montes e Beiras, incluindo Porto e Viseu, até Castelo Branco);
- Centro-meridionais (desde Aveiro até ao Algarve, incluindo Coimbra e Lisboa);
- Madeirenses;
- Açorianos.

Os dialetos representam a língua em diferentes estádios da sua evolução, uns conservando determinadas características que a língua padrão não conservou, outros apresentando aspetos inovadores que a língua padrão não adotou, mas que poderá eventualmente vir a adotar com o passar do tempo. De um ponto de vista linguístico, muitos autores consideram que não se justificam juízos de valor sobre se esta ou aquela variedade, este ou aquele dialeto é melhor ou pior, mais correto ou menos correto (Teyssier, 1994; Duarte, 2000; Cardeira, 2006).

Outro elemento de variação linguística é o fator social. A pertença dos falantes a grupos sociais e profissionais, caracterizados por certos níveis culturais e de escolarização, condiciona naturalmente os conhecimentos que adquirem, traduzindo-se em diferentes comportamentos linguísticos. A variação linguística relacionada com fatores sociais designa-se variação social ou diastrática. Considerando a variável nível de escolarização, detetam-se características específicas dos grupos situados em cada extremo relativamente às formas de tratamento, ao léxico, a particularidades fonológicas, morfológicas e sintáticas. Expressões como *o comer vs. a comida; tu fostes vs. tu foste; a gente vamos vs nós vamos, promenor vs. pormenor*, etc. são alguns exemplos de usos linguísticos de falantes com baixo nível de escolaridade (Duarte, 2000; Cardeira, 2006).

Em suma, a variação linguística é uma realidade de qualquer língua viva e a língua portuguesa não é exceção. Ela está e continuará a estar num permanente processo de mudança, contribuindo para a identidade linguística de cada comunidade de língua portuguesa e conferindo-lhe o sentimento de pertença.

2.4. A língua portuguesa no mundo

De acordo com o Centro de Informação Europeia Jacques Delors, do Ministério dos Negócios Estrangeiros, a língua portuguesa está entre as línguas mais faladas do mundo, sendo a terceira língua europeia (depois do inglês e do espanhol) com o maior número de falantes. Com mais de 260 milhões de falantes, é língua oficial dos países que constituem a Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP): Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste. É também língua oficial ou de trabalho em 32 organizações internacionais, incluindo União Europeia, Mercosul, União Africana, agências e organismos das Nações Unidas.

A partir da primeira metade do século XV e na sequência dos Descobrimentos e da expansão portuguesa no mundo, a língua portuguesa estendeu-se aos vários continentes, adquirindo o estatuto de língua materna ou de língua segunda, impondo-se, nalguns casos como língua oficial, dando origem a novas línguas – os crioulos – ou deixando apenas vestígios lexicais nas línguas com que entrou em contacto (Medeiros, 1992; Duarte, 2002).

Na Europa, o português é língua materna e língua oficial em Portugal (continente e ilhas). Em África, o português é língua oficial nas repúblicas de Cabo Verde, Guiné-Bissau, S. Tomé e Príncipe, Angola e Moçambique. Nestes países, que foram colónias portuguesas é, contudo, muito difícil contabilizar com rigor o número de pessoas que falam português, quer como língua materna quer como língua segunda.

Na América do Sul, o português é língua oficial e língua materna da grande maioria da população do Brasil, restando, contudo, algumas bolsas de população que falam apenas línguas ameríndias. Na Ásia, o português é língua oficial em Timor-Leste, a par do Tétum, embora seja maioritariamente língua segunda e é uma das línguas oficiais de Macau a par do cantonês. Na Índia, o português sobrevive em Goa, Damão e Diu, territórios que faziam parte da chamada Índia portuguesa e que foram retomados pela República indiana em 1961. Aí, o português é falado no âmbito familiar e utilizado em algumas manifestações culturais (Duarte, 2002; Raposo, 2013).

Noutros pontos da Ásia, como por exemplo Malaca, há muito fora da esfera colonial portuguesa, o português ainda é mantido embora de forma residual (Medeiros, 1992; Duarte, 2002). A razão desta distribuição deve-se, como se referiu, à expansão portuguesa iniciada nos tempos dos Descobrimentos e à fixação dos portugueses em várias partes do mundo.

Outro dos fatores que têm levado à grande difusão da língua portuguesa no mundo é a emigração. Os emigrantes portugueses espalhados pelo mundo em todos os continentes serão perto de 5 milhões. A emigração ocorreu, por um lado, como consequência dos Descobrimentos, por outro lado, a partir da segunda metade do século XIX, prolongando-se pelo século XX até à década de setenta. O destino foi inicialmente e durante décadas, o Brasil. A partir do final dos anos 50 do século XX, foi sobretudo a França e a Alemanha, enquanto a emigração açoriana rumava até aos Estados Unidos da América e ao Canadá e a emigração madeirense rumava à Venezuela e África do Sul. Para além destas, há importantes comunidades portuguesas também noutros países europeus, nomeadamente na Suíça, Luxemburgo, Bélgica, Reino Unido, Argentina e Austrália. Todas essas comunidades, que se tornam

geralmente bilingues, mantêm viva a presença da língua portuguesa (Medeiros,1992; Duarte, 2002; Raposo, 2013).

Ao transcender as fronteiras europeias, a língua portuguesa tornou-se instrumento de comunicação para outros povos e culturas. No Oriente, em África, na América fala-se português. Mas à diversidade natural que resultou da transplantação da língua, sobrepõe-se uma unidade que permite a compreensão entre europeus, africanos, americanos.

Em suma, a língua portuguesa tem-se tornado ao longo do tempo um elo essencial entre povos, culturas e nações. E sendo uma marca inestimável da nossa cultura, preservá-la significa defender a nossa identidade, os nossos costumes e a nossa história.

2.5. Normalização linguística

Vários investigadores têm defendido que a identidade, a defesa e a promoção de uma língua requerem a produção de instrumentos de normalização linguística, cuja função é não só descrever o léxico e a sintaxe dessa língua, mas também, e sobretudo, fixar as regras do seu uso correto (Cunha & Cintra, 1989; Duarte, 2002; Raposo, 2013). A que nos referimos quando falamos de uso correto da língua?

A dicotomia correto-incorreto tem sido uma questão amplamente debatida na literatura, encontrando defensores, mas também muitos opositores. De um lado, situam-se os normativos, puristas da língua, cuja correção linguística decorre do rigoroso cumprimento da norma escrita, fundada no exemplo dos clássicos da literatura (Cunha & Cintra, 1989). De outro lado, situam-se os linguistas descritivos, que privilegiam a variação linguística, com base na frequência do uso e cuja máxima é “o povo é quem faz a língua”. Porém, como sabemos, ao invés de criador da língua, o povo é, sim, um utilizador e recetor de tudo o que ouve e lê. Mas, apesar da existência de variação linguística, como vimos na secção 2.4.3., deve ou não existir uma norma? E como se define norma?

O linguista Eugenio Coseriu definiu norma como “o conjunto de traços linguísticos distintos impostos por uma tradição cultural e social que se torna a referência para toda a comunidade linguística, sendo ensinada na escola e veiculada pelos meios de comunicação social, os quais, para serem entendidos pelo grande público devem veicular precisamente essa norma-padrão” (Coseriu, 1979: p. 23).

A norma é, portanto, o resultado do processo segundo o qual uma variedade social, convertida em língua padrão, se torna num meio público de comunicação: a

escola e os meios de comunicação social passam a controlar a observância da sua gramática, da sua pronúncia e da sua ortografia.

Em Portugal, tal como na generalidade das sociedades que dispõem de uma língua dita de cultura, ou seja, com uma longa tradição escrita e produção literária relevante, uma das variedades geográficas e sociais adquiriu maior prestígio e foi erigida em norma ou língua padrão (Duarte, 2002). A língua padrão é, assim, a modalidade linguística que uma comunidade elege como modelo de comunicação, como língua de referência (Duarte, 2000; Raposo, 2013).

A importância da língua padrão não advém de características linguísticas que mereçam a sua valorização relativamente às outras variedades, mas sim do papel que desempenha na sociedade. Na realidade, a língua padrão é a variedade que passa a funcionar como língua oficial (a língua dos negócios do Estado), de cultura (usada como modelo de escrita na produção científica e cultural) e de escolarização (o ensino é ministrado nessa variedade e espera-se que os alunos a utilizem em contexto de avaliação).

Assim, no caso do português europeu, determinou-se que a norma é a variedade geográfica utilizada na zona costeira do eixo Lisboa-Leiria pelas camadas mais cultas da população. É essa modalidade que constitui a norma da língua, o modelo que dita as regras, as prescrições que definem o que deve e o que não deve ser dito, escrito e utilizado (Duarte, 2002; Raposo, 2013). E quem fixa a norma? Quem se atreve a exercer o papel de “tribunal” da língua?

No século XVI, a norma estava na Corte, de cujos membros se aprendia o uso correto da linguagem. No século XIX, a norma emanava das classes cultas do eixo Coimbra-Lisboa (Coimbra, o berço da primeira Universidade). Atualmente, a norma-padrão é veiculada pela Escola e pelos meios de comunicação social: imprensa, rádio e televisão, assumindo uma maior responsabilidade a televisão pública portuguesa. Mas a norma é veiculada com base em quê? Nos dicionários e nas gramáticas de referência? Nos autores literários? Nos escritores?

Para justificar as regras que prescrevem, as gramáticas normativas apoiam-se em larga medida nas atestações dos escritores. Quando as consultamos, constatamos que uma dada estrutura sintática sobre a qual tínhamos dúvidas é afinal legítima, porque um grande autor a utilizou nas suas obras. A verdade é que os escritores também têm dúvidas, como muito bem observou o Professor Ivo de Castro no artigo intitulado *O Linguista e a Fixação da Norma* (2002), contando a seguinte história passada com o escritor Augusto Abelaira: “Incerto quanto a uma construção sintática infelizmente não identificada, pegou na Nova Gramática do Português Contemporâneo para verificar se

ela estava atestada; estava, mas atestada por uma citação do próprio Abelaira. Se Celso Cunha e Lindley Cintra estivessem cientes das hesitações de Abelaira, teriam mantido a citação? E, sem ela, a regra? O que um escritor escreve, porventura desviadamente, torna-se logo português de lei?” (Castro, 2002: p. 17).

Daqui se conclui que a norma é como uma “prancha”, tentando servir de “plataforma firme num mar instável que é a língua”. Esta metáfora quer tão-somente dizer que falta em Portugal uma Autoridade da Língua com força de lei e cuja missão fosse a de esclarecer os falantes sobre a pronúncia das palavras, a adaptação de estrangeirismos, algumas estruturas sintáticas mais complexas, os diferentes valores semânticos que as palavras vão assumindo. Que estabelecesse a fronteira entre o erro e a variante linguística, que se ocupasse de todas as questões inerentes a uma língua viva, como é a língua portuguesa.

Olhando para trás na história, o interesse pela normalização da língua portuguesa foi reflexo do Renascimento, fortemente influenciado pela invenção da imprensa (Duarte, 2000; Raposo, 2013). A fixação de uma norma linguística tornou-se, assim, um dos principais objetivos dos gramáticos. Como referimos numa das secções anteriores (cf. 2.4.2), a grande preocupação com o ensino da língua portuguesa dá origem à publicação de gramáticas, vocabulários e cartilhas: a primeira gramática do português foi publicada em 1536: a *Grammatica da Lingoagem Portuguesa*, de Fernão de Oliveira. Três anos mais tarde, em 1539, João de Barros publicava a *Cartinha para Aprender a Ler*, seguida em 1540, da *Gramática da Língua Portuguesa*, que incluía o *Diálogo em Louvor da nossa Linguagem*. Em 1562, Jerónimo Cardoso publicava o primeiro dicionário da língua portuguesa, já com uma ordenação alfabética: *Dictionarium ex Lusitano in Latinum Sermonem*. A publicação destas obras ilustra o interesse pelos estudos linguísticos, no âmbito da ortografia, do léxico e da sintaxe, e deu origem a uma forte tradição gramatical luso-brasileira (Castro, 2004; Cardeira, 2006).

A generalização da escolaridade básica a todos os cidadãos, o contacto entre povos, culturas e línguas, a massificação da informação cultural, científica e tecnológica vieram colocar novos desafios à normalização linguística. A Escola enfrenta hoje o desafio de levar falantes de variedades sociais e geográficas distintas da língua padrão a acederem a esta, sob pena de os condenar a uma marginalização social. Por outro lado, a inovação científica e tecnológica, que se processa a um ritmo cada vez mais rápido, tem como consequência a introdução contínua de um grande número de palavras estrangeiras, sobretudo, anglicismos. Esta realidade exige a elaboração e atualização permanente de terminologias técnicas e científicas, logo, de normalização linguística.

Além disso, Duarte (2002) alerta-nos para o facto de os instrumentos de normalização linguística terem como objetivo clarificar a distinção entre língua oral e língua escrita e entre situações formais e informais de uso da língua, afirmando que “na realidade, a preservação de uma língua e cultura como património e instrumento de identificação de uma comunidade nacional não se compadece nem com atitudes laxistas de oralização anarquizante nem com tentações puristas ao arrepio das grandes tendências de mudança linguística: os estudiosos da língua e os professores desempenham um papel fundamental em tal preservação” (Duarte, 2002: p. 5).

De acordo com Sim-Sim (1998), o nível superior de conhecimento da língua, denominado conhecimento metalinguístico é o resultado do desenvolvimento de processos metacognitivos, quase sempre dependentes de instrução formal e caracteriza-se pelo conhecimento explícito e sistematizado das unidades, regras e processos da língua materna: é este nível de conhecimento que permite ao falante o controlo das regras que usa e a seleção dos processos mais adequados à compreensão e expressão em cada situação de comunicação.

Nos últimos vinte anos de investigação, estudos mostram a importância da consciência linguística e do conhecimento metalinguístico no sucesso da aprendizagem da leitura e da escrita. Nos dias de hoje, sabendo que os profissionais de comunicação, em particular os que operam no serviço público de televisão, têm uma grande responsabilidade sobre o uso da língua e a difusão da norma, é essencial que eles saibam que literatura consultar e que recursos de normalização linguística utilizar sempre que surjam questões e dúvidas sobre a língua portuguesa, quer na comunicação oral, quer na comunicação escrita (Castro, 2004; Cardeira, 2006).

Ao longo da sua história, o português evoluiu, transportou-se para outros continentes, transformou-se em contacto com outras línguas, ramificou-se em duas normas linguísticas que servem culturas diferentes, em Portugal e no Brasil. O português evoluiu e expandiu-se, mas a diversidade não impediu a unidade. E é ainda a língua portuguesa que une, hoje, povos, culturas e nações.

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIAS

De forma a cumprir os objetivos definidos, optámos por uma metodologia qualitativa, dividida em duas vertentes. Por um lado, recorreremos à análise de conteúdo, criando uma grelha de análise que aplicámos a todos os programas que identificámos sobre língua portuguesa emitidos pela RTP ao longo da sua história. Importa referir que seleccionámos programas exclusivamente sobre língua portuguesa, tendo excluído os programas relacionados com literatura e cultura portuguesa.

Numa segunda vertente, que completa o nosso desenho metodológico, realizámos entrevistas semiestruturadas a atores relacionados com a temática da nossa investigação, nomeadamente:

1. Responsáveis pelo serviço público de televisão;
2. Provedora do Telespectador;
3. Um representante da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC).

Esta metodologia visa cruzar o discurso oficial dos responsáveis pelo canal público de televisão e da entidade que o regula com a programação em torno da promoção da língua portuguesa que a RTP desenvolveu ou ainda desenvolve.

3.1. Investigação qualitativa vs. Investigação quantitativa

Na investigação em Ciências Sociais e Humanas, é muito comum utilizar-se uma metodologia de cariz qualitativo. Este tipo de metodologia procura estudar uma determinada realidade que não é passível de ser quantificada. O seu objetivo é obter descrições sobre um determinado fenómeno, a fim de se construírem teorias plausíveis que o expliquem com clareza e rigor (Berger, 2000; Neuman, 2007; Minayo, 2017).

Ao contrário da metodologia quantitativa, que procura estudar um fenómeno com base numa análise estatística dos dados obtidos através de entrevistas ou inquéritos, a investigação qualitativa descreve os fenómenos por palavras, em vez de números. Privilegia documentos, trabalha com um universo de significados, crenças e valores que não podem ser reduzidos a um conjunto de variáveis (Gunter, 2002; Charmaz, 2004).

A metodologia quantitativa, sendo essencialmente numérica, seria adequada, por exemplo, em estudos de receção televisiva. Contudo, com a utilização de

instrumentos quantitativos, Minayo afirma o seguinte: “ganha-se em generalidade, mas perdem-se especificidades; identifica-se o visível, mas não se sabe o que está por trás dele; obtém-se a objetivação e não se apreende o processo de subjetivação mais completo” (Minayo, 2017: p. 8).

Sparkes & Smith consideram que os dados qualitativos são “descrições detalhadas de fenómenos, de comportamentos, de declarações de pessoas sobre as suas experiências, de excertos de documentos, gravações ou transcrições de entrevistas e discursos, dados com grande riqueza de detalhes e interações entre indivíduos, grupos e organizações” (2014: p. 21). Segundo os autores, a investigação qualitativa não procura medir ou quantificar o fenómeno em estudo, nem usa um tratamento estatístico na análise dos dados. Parte de questões ou focos de interesses amplos, que se vão definindo à medida que o estudo se desenvolve. Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contacto direto do investigador com a situação estudada, procurando compreender os fenómenos segundo a perspetiva dos participantes da situação em estudo (Sparkes & Smith, 2014: p. 32).

A investigação qualitativa privilegia o interpretativismo, focando-se na experiência subjetiva dos indivíduos, ou seja, procura perceber de que forma as pessoas interpretam e dão sentido às suas experiências no mundo em que vivem. Os resultados obtidos pela investigação qualitativa são analisados com o objetivo de procurar significados, valores, explicações. O investigador “mergulha” no fenómeno para perceber o que é significativo a partir da perspetiva das pessoas que o experienciaram (Straus, 2003; Flick, 2005; Neuman, 2007).

As questões centrais da investigação qualitativa são o ‘porquê’ e ‘como’, pelo que a melhor forma de compreendermos um determinado fenómeno é estudando o contexto no qual o mesmo se insere e observando os indivíduos nos seus contextos de interação naturais. O investigador observa, descreve, interpreta o fenómeno tal como se apresenta, sem procurar controlá-los. Trata-se de investigar e descobrir significados nas ações individuais e nas interações sociais (Gratton & Jones, 2004; Minayo, 2017).

Assim, a investigação qualitativa permite “fornecer os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação. O objetivo é uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivação, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos” (Gaskell 2002: p. 65).

Porém, a validade da metodologia qualitativa tem sido muito discutida e uma das críticas mais frequentes é a sua falta de objetividade e cientificidade (Randall & Phoenix,

2009). Ao contrário dos estudos quantitativos, os quais apresentam objetividade, fiabilidade, cientificidade e validade, a investigação qualitativa tem contornos que se podem considerar subjetivos. Por exemplo, o nível de envolvimento emocional do investigador com o seu campo de trabalho pode ter implicações nos resultados da investigação e na busca da verdade científica (Ghiglione & Matalon, 2001; Sparkes & Smith, 2014).

Alguns autores definem *validade* como a adequação entre os objetivos e os fins sem distorção dos factos (Ghiglione & Matalon, 2001; Tracy, 2010) e apresentam alguns critérios que atribuem excelência à metodologia qualitativa:

(1) o tópico deve ser relevante; (2) a investigação deve ser credível; (3) o tratamento da informação deve ser rigoroso; (4) o estudo deve ser pertinente para a comunidade científica; (5) toda a investigação deve ter em conta aspetos éticos; (6) a investigação deve ser coerente do início ao seu final.

Existem diversos tipos de métodos qualitativos, entre os quais o estudo fenomenológico, a teoria fundamentada e o estudo etnográfico, que, embora apresentem algumas características comuns, não têm todos os mesmos objetivos. Documentos pessoais e oficiais, fotografias, vídeos, gravações, *e-mails* e conversas informais são fontes de informação frequentemente utilizadas em estudos qualitativos. Um aspeto comum a estas fontes de informação é o facto de a sua análise depender, essencialmente, das capacidades interpretativas do investigador.

É ainda de salientar que os recursos mais utilizados na abordagem qualitativa são as entrevistas, as observações em campo e a análise de conteúdo. Uma vez que o presente trabalho de investigação recorre à análise de conteúdo, apresentamos com algum detalhe esta técnica na secção seguinte.

3.2. Análise de Conteúdo

A análise de conteúdo é uma técnica de análise de dados qualitativos muito utilizada na área das Ciências Sociais. Foi aplicada inicialmente nos Estados Unidos como um instrumento de análise das comunicações nos domínios da Sociologia e da Psicologia. Entre 1950 e 1960, os estudos sobre análise do conteúdo incidiam sobre diferentes fontes de dados: material jornalístico, discursos políticos, cartas, folhetos publicitários, relatórios oficiais, entre outros.

Downe-Wamboldt, um dos autores que se dedicaram ao estudo desta técnica, define análise de conteúdo como um “método de pesquisa que providencia meios objetivos e sistemáticos para fazer inferências válidas de dados verbais, visuais ou

escritos com o objetivo de descrever e quantificar fenómenos específicos” (1992: p. 314). Krippendorff, por sua vez, considera que a análise de conteúdo não pode ser vista como uma técnica exclusivamente quantitativa, definindo-a como “uma técnica de pesquisa que procura criar inferências válidas e replicáveis de textos (ou outro conteúdo significativo) para os contextos de seu uso” (2004: p. 10).

Noutra perspetiva, Bauer defende que a análise de conteúdo é uma técnica híbrida com características não só quantitativas como também qualitativas, apresentando a seguinte definição: “Trata-se de uma técnica para produzir inferências de um texto focal para seu contexto social de forma objetiva” (2007: p. 191).

Para Laurence Bardin, a análise de conteúdo consiste num “conjunto de técnicas de análise das comunicações que visa obter, através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/receção (variáveis inferidas) destas mensagens” (2011: p. 48). A investigadora francesa considera que uma análise de conteúdo não deixa de ser uma análise de significados, antes pelo contrário: trata-se de uma técnica que permite realizar uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo extraído das comunicações e sua respetiva interpretação. Além disso, estabelece algumas reflexões acerca da análise do conteúdo e a linguística. Embora pareçam ter o mesmo objeto de estudo – a linguagem, a linguística estuda a língua para descrever o seu funcionamento, ao passo que a análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás do significado das palavras (2011: p. 49).

A distinção fundamental proposta por Saussure entre língua e palavra marca essa diferença: o objeto da linguística é a língua, ou seja, o aspeto coletivo da linguagem, enquanto o da análise de conteúdo é a palavra, ou seja, o aspeto individual da linguagem. A linguística é um estudo da língua, a análise de conteúdo é uma busca de outras realidades para além da mensagem. A sociolinguística, segundo a Bardin está muito próxima da análise de conteúdo, uma vez que procura descrever correspondências entre características linguísticas e grupos sociais. Tem em consideração um conjunto geral para o pôr em paralelo com um conjunto social.

Etapas da Análise de Conteúdo

Bardin considera que a utilização da análise de conteúdo prevê três fases fundamentais: a pré-análise, a análise do material e o tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação.

A primeira fase – a pré-análise – corresponde à fase da organização dos dados, com o objetivo de constituir o corpus da pesquisa. “O corpus é o conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos. Escolhem-se os documentos, formulam-se hipóteses e, no caso de existirem entrevistas, realiza-se a transcrição das mesmas” (Bardin: 2011: p. 95). De acordo com a autora, para uma análise de conteúdo rigorosa, é fundamental observar algumas regras:

1. Regra da exaustividade: deve esgotar-se a totalidade da comunicação, não omitindo nada – “Uma vez definido o campo do corpus, é necessário ter em conta todos os elementos desse corpus” (2011: p. 97).
2. Regra da representatividade: a amostra deve representar o universo – “A análise pode efetuar-se numa amostra desde que o material a isso se preste. A amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial” (2011: p. 97).
3. Regra da homogeneidade: os dados devem referir-se ao mesmo tema – “Os documentos retidos devem ser homogêneos, quer dizer, devem obedecer a critérios precisos de escolha e não representar demasiada singularidade fora destes critérios de escolha” (2011: p. 98).
4. Regra de pertinência: os documentos devem ser adaptados aos objetivos da pesquisa – “os documentos retidos devem ser adequados, enquanto fonte de informação, de modo a corresponderem ao objetivo que suscita a análise” (2011: p. 98).

Com os dados transcritos, inicia-se a leitura *flutuante*, que significa para Bardin “estabelecer um contacto com os dados, procurando uma primeira perceção das mensagens, deixando-nos invadir por impressões, representações, emoções, conhecimentos e expectativas” (2011: p. 99).

Após a realização da “leitura flutuante”, entramos na segunda fase – a análise do material, fase em que são elaboradas as hipóteses e definidos os objetivos da investigação. Nesta fase, o corpus constituído deverá ser estudado mais profundamente, com o objetivo de estabelecer as unidades de registo e unidades de contexto. “Os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos (falantes) e válidos. Na verdade, com uma pré-análise bem realizada, essa fase “não é mais do que a administração sistemática das decisões tomadas” (2011: p. 101).

Seguidamente, definem-se os critérios de categorização, que correspondem a classes que incorporam determinados elementos com características comuns. No processo de escolha de categorias, Bardin propõe a criação de critérios semânticos (por

exemplo, a carga afetiva das palavras usadas), critérios sintáticos (por exemplo, classes de palavras como nomes, verbos, adjetivos, advérbios, pronomes...), critérios lexicais (significado das palavras e relações entre palavras) e critérios pragmáticos (tom emocional, registo linguístico, etc.). Este processo permite a junção de um número significativo de informações organizadas em duas etapas: o inventário (onde se isolam os elementos) e a classificação (onde se agrupam os elementos).

A terceira fase corresponde ao tratamento dos resultados obtidos, que pode ser feito através da inferência. Segundo Bardin, a inferência é um tipo de interpretação controlada, através da qual o investigador vai além do conteúdo explícito dos textos, procurando o sentido que se encontra por trás da mensagem. Isto significa, na ótica da autora, que a análise de conteúdo fornece informações suplementares ao investigador, desejando distanciar-se da sua leitura “aderente”, para saber mais sobre o conteúdo. A inferência é precisamente esse *saber mais*. Mas saber mais sobre o quê e sobre quem? Nas palavras de Bardin, “quais serão os seus polos de atração?” (2011: p. 133).

Ou seja, os conteúdos expressos no *corpus* que se constituiu encontram-se ligados a algo mais, a que a autora designou de “significações segundas”, as quais as significações primeiras escondem e que a análise de conteúdo procura extrair: mitos, símbolos, valores.

Teoricamente, a inferência pode apoiar-se nos elementos constituintes do mecanismo clássico da comunicação: por um lado a mensagem (significação e código) e o seu suporte ou canal; por outro, o emissor e o recetor, enquanto polos de inferência propriamente ditos (2011: p. 135):

- a) O emissor da mensagem – Pode ser um indivíduo ou grupo de indivíduos. Neste caso, insiste-se na função expressiva ou representativa da comunicação. A autora defende a hipótese de que a mensagem exprime e representa o emissor (por exemplo, a análise de um monólogo de um paciente numa consulta de psicologia remete para a sua personalidade, para a sua história de vida).
- b) O recetor da mensagem – Pode ser um indivíduo ou grupo de indivíduos. Nesta ótica, insiste-se no facto de a mensagem ter sempre o propósito de desencadear uma ação no indivíduo / público. Por esse motivo, o estudo da mensagem poderá fornecer informações relativas ao recetor ou ao público.
- c) A mensagem – Qualquer análise de conteúdo passa pela análise da própria mensagem. Esta constitui a matéria-prima, o ponto de partida e o indicador sem o qual a análise não seria possível.
- d) O canal corresponde ao suporte material do código por onde a mensagem é enviada.

e) O código é um indicador capaz de revelar realidades subjacentes. Por exemplo, que tipo de palavras usa um determinado orador? Quais as figuras de retórica utilizadas pelo discurso publicitário?

Estas questões devem ser, segundo Bardin, seguidas de outras: o que é que o vocabulário de um orador nos revela sobre ele e sobre o seu público? Em que medida o comprimento das frases de um discurso político nos informa sobre a segurança do orador, por exemplo?

A inferência, na análise de conteúdo, é guiada por diversos polos de atenção, que são os polos de atração da comunicação. Trata-se de “um instrumento de indução (roteiro de entrevistas) que visa apurar as causas (variáveis inferidas) a partir dos efeitos (variáveis de inferência ou indicadores)” (2011: p. 137).

Em suma, as interpretações a que levam as inferências serão sempre no sentido de buscar o que se esconde atrás da aparente realidade; o que significa verdadeiramente o discurso enunciado, o que querem dizer, em profundidade, certas afirmações, aparentemente superficiais.

O quadro seguinte sintetiza as três fases da análise de conteúdo propostas por Bardin:

Pré-análise	Análise do material	Tratamento dos resultados obtidos
- Escolha dos documentos a analisar - Constituição do <i>corpus</i> - Formulação de hipóteses e definição de objetivos	Codificação e categorização dos dados	Tratamento dos resultados através da inferência e da interpretação

Em suma, Bardin propõe que, para além de uma “compreensão espontânea” dos dados, devemos ter uma atitude de “vigilância crítica” diante dos mesmos, procurando, por meio das inferências, atribuir-lhes significados.

A análise de conteúdo baseia-se, assim, numa análise comparativa através da construção de tipologias, categorias e análises temáticas e procura não só descrever um determinado fenómeno, mas também, e sobretudo, interpretar os significados “escondidos” por trás das mensagens.

3.3. Grelha de análise

A fim de realizarmos uma análise rigorosa dos sete programas dedicados à língua portuguesa, vamos recorrer uma **grelha de análise de conteúdo**, com dois

campos principais: o primeiro campo diz respeito à caracterização do programa e o segundo diz respeito à caracterização do apresentador. Estes dois campos complementares estão desenhados para aclarar a natureza, objetivos e organização dos programas, o que irá permitir avaliar a sua qualidade.

Os dois campos da grelha de análise correspondem a 19 categorias, que contabilizam 99 variáveis. As 19 categorias dividem-se em dez no primeiro campo e nove no segundo campo. Passamos agora à explicação de cada categoria e de cada variável, relativas ao primeiro campo – **caracterização do programa**.

Categoria 1 - Género

Esta categoria refere-se à classificação do programa quanto ao seu objetivo e tem cinco variáveis:

Variável 1 – Informativo: quando o objetivo do programa é informar o público.

Variável 2 – Didático: quando o programa visa ensinar o público sobre um determinado assunto.

Variável 3 – Entretenimento: quando o programa tem como propósito entreter e divertir o público.

Variável 4 – Outro: sempre que o programa não se enquadra nas variáveis anteriores.

Variável 5 – Não se aplica: sempre que a categoria género não se aplica ao programa em análise.

Categoria 2 - Tipo de conteúdo

Esta categoria diz respeito ao tipo de conteúdos abordados no programa e tem dez variáveis:

Variável 1 – Generalista: quando o conteúdo do programa abrange diversas áreas da língua portuguesa.

Variável 2 – língua portuguesa: história, cultura, literatura: quando o conteúdo do programa inclui não só temas relacionados com a língua portuguesa, mas também com a história, cultura e literatura portuguesa.

Variável 3 – Língua portuguesa: dúvidas linguísticas gerais: quando o programa trata de questões gerais, de diversas naturezas, sobre a língua portuguesa.

Variável 4 – dúvidas linguísticas de pronúncia: quando o programa aborda exclusivamente questões relacionadas com a pronúncia de palavras.

Variável 5 – dúvidas linguísticas de ortografia: quando o programa aborda exclusivamente questões relacionadas com a escrita das palavras.

Variável 6 – dúvidas linguísticas de vocabulário: quando o programa aborda exclusivamente questões relacionadas com o vocabulário.

Variável 7 – dúvidas linguísticas de sintaxe: quando o programa aborda exclusivamente questões relacionadas com a sintaxe do português.

Variável 8 – Curiosidades linguísticas: quando o programa explora curiosidades e subtilezas da língua portuguesa.

Variável 9 – Outro: sempre que os conteúdos do programa não se enquadram nas variáveis anteriores.

Variável 10 – Não se aplica: sempre que esta categoria não se aplica ao programa em análise.

Categoria 3 – Formato

Esta categoria está relacionada com a estrutura do programa e tem seis variáveis:

Variável 1 – Programa autónomo: quando o programa é independente, não integrando nenhum outro.

Variável 2 – Rubrica inserida num programa de informação: quando a rubrica não é autónoma e é integrada num programa informativo.

Variável 3 – Rubrica inserida num programa de entretenimento: quando a rubrica não é autónoma e é integrada num programa de entretenimento.

Variável 4 – Concurso: quando o programa consiste numa competição sobre língua portuguesa realizada entre equipas.

Variável 5 – Outro: sempre que o formato do programa não se enquadra nas variáveis anteriores.

Variável 6 – Não se aplica: sempre que a categoria formato não se aplica ao programa em análise.

Categoria 4 - Periodicidade

Esta categoria diz respeito ao número de vezes que o programa é emitido e tem sete variáveis:

Variável 1 – Única: se o programa for emitido uma única vez.

Variável 2 – De segunda a sexta-feira: sempre que o programa é emitido de segunda a sexta-feira.

Variável 3 – Semanal: sempre que o programa é emitido uma vez por semana.

Variável 4 – Quinzenal: sempre que o programa é emitido a cada duas semanas.

Variável 5 – Mensal: sempre que o programa é emitido uma vez por mês.

Variável 6 – Outro: sempre que a periodicidade do programa não se enquadra nas variáveis anteriores.

Variável 7 – Não se aplica: sempre que a categoria periodicidade não se aplica ao programa em análise.

Categoria 5 - Duração

Esta categoria refere-se ao espaço de tempo durante o qual o programa ocorre e tem seis variáveis:

Variável 1 – Menos de 10 minutos: sempre que o programa tem uma duração inferior a 10 minutos.

Variável 2 – Entre 10 e 15 minutos: sempre que o programa dura entre 10 e 15 minutos.

Variável 3 – Entre 15 e 30 minutos: sempre que o programa dura entre 15 e 30 minutos.

Variável 4 – Entre 30 e 60 minutos: sempre que o programa dura entre 30 e 60 minutos.

Variável 5 – Mais de uma hora: sempre que o programa tem uma duração superior a 60 minutos.

Variável 6 – Não se aplica: sempre que a categoria duração não se aplica ao programa em análise.

Categoria 6 - Horário

Esta categoria refere-se ao horário do programa e tem seis variáveis:

Variável 1 – Manhã: quando o programa é emitido das 06h30 às 13h.

Variável 2 – Tarde: quando o programa é emitido das 13h às 20h.

Variável 3 – Horário nobre: quando o programa é emitido num horário de grande audiência, que corresponde, de acordo com a Entidade Reguladora para a Comunicação Social, ao período compreendido entre as 20h e as 23h.

Variável 4 – Noite: quando o programa é emitido das 23h às 6h30.

Variável 5 – Outro: quando o horário do programa não se enquadra nas variáveis anteriores.

Variável 6 – Não se aplica: sempre que a categoria horário não se aplica ao programa em análise.

Categoria 7 – Espaço

Esta categoria diz respeito ao local de gravação do programa e tem quatro variáveis:

Variável 1 – Estúdio: sempre que o programa é gravado no interior das instalações da RTP.

Variável 2 – Exterior: sempre que o programa é gravado em espaços exteriores.

Variável 3 – Ambos: quando o programa inclui momentos gravados em estúdio e momentos gravados no exterior.

Variável 4 – Não se aplica: sempre que a categoria espaço não se aplica ao programa em análise.

Categoria 8 - Público-alvo

Esta categoria diz respeito ao público a quem se destina o programa e tem quatro variáveis:

Variável 1 – Infantil: quando o programa é dirigido a crianças.

Variável 2 – Juvenil: quando o programa é dirigido a adolescentes e jovens.

Variável 3 – Indiferenciado: quando o programa é dirigido ao público em geral.

Variável 4 – Não se aplica: sempre que a categoria público-alvo não se aplica ao programa em análise.

Categoria 9 - Produção

Esta categoria refere-se à forma como o programa é produzido e tem três variáveis:

Variável 1 – Interna: quando o programa é produzido pela RTP.

Variável 2 – Externa: quando a produção do programa é feita por uma produtora externa.

Variável 3 – Não se aplica: sempre que a categoria produção não se aplica ao programa em análise.

Categoria 10 - Canal de emissão

Esta categoria diz respeito ao canal onde o programa é transmitido e tem sete variáveis:

Variável 1 – RTP1: quando o programa é transmitido pela RTP1.

Variável 2 – RTP2: quando o programa é transmitido pela RTP2.

Variável 3 – RTP3: quando o programa é transmitido pela RTP3.

Variável 4 – RTP Internacional: quando o programa é transmitido pela RTP Internacional.

Variável 5 – RTP África: quando o programa é transmitido pela RTP África.

Variável 6 – Vários: quando o programa é transmitido por vários canais da RTP.

Variável 7 – Não se aplica: sempre que a categoria canal de emissão não se aplica ao programa em análise.

Para o segundo campo, que diz respeito à caracterização do apresentador, consideramos pertinente explicar um aspeto fundamental para a análise do desempenho do apresentador: a sua linguagem não verbal.

De acordo com vários especialistas, uma comunicação eficaz resulta de uma combinação harmoniosa entre a mensagem verbal e a linguagem não verbal. É essa conexão que confere ao comunicador competência e credibilidade (Swerts & Krahmer, 2009; Dynel, 2011).

A comunicação não verbal abrange uma variedade de sinais, como a postura, os movimentos corporais, os gestos, as expressões faciais, o olhar, o sorriso e até mesmo a escolha da indumentária. Todos estes elementos, no seu conjunto, são cruciais para transmitir informações sobre atitudes, intenções ou emoções subjacentes à mensagem verbal. Quando há consistência entre a mensagem verbal e a linguagem não verbal, a comunicação atinge a sua máxima eficácia (Barthes, 1990; Knapp & Hall, 2009).

Um estudo conduzido pelo professor e investigador iraniano Albert Mehrabian sobre o impacto da mensagem revela que 55% resulta da comunicação não verbal, 38% do tom de voz e apenas 7% das palavras proferidas pelo comunicador. De acordo com Albert Mehrabian, deve existir total consistência entre a linguagem verbal e a linguagem não verbal, e se houver alguma discrepância entre ambas, o interlocutor tende a valorizar os sinais não verbais (Mehrabian & Wiener, 1967: p. 112).

Outro aspeto igualmente importante na comunicação não verbal é compreender de que forma esses sinais são interpretados pelos destinatários. Em televisão, a comunicação não verbal assume uma importância significativa, uma vez que os sinais não verbais utilizados pelos apresentadores são percecionados por milhões de pessoas. Esses sinais podem influenciar a forma como o público recebe e compreende a mensagem, incluindo avaliações sobre postura, gestos, expressões faciais, sorriso, contacto visual, etc. Todos estes elementos contribuem para o apresentador criar ou não empatia com os telespectadores (Barthes, 1990; Knapp & Hall, 2009).

Muitos especialistas em comunicação estimam que cerca de 70% da expressividade de um comunicador recai sobre o não verbal, o que quer dizer que o telespectador percebe não tanto o que se diz, mas o modo como é dito (Kristeva, 1988; Dynel, 2011).

Descrevemos em seguida algumas características da linguagem não verbal que serão objeto de análise para o desempenho do apresentador de cada programa.

Voz

Segundo vários especialistas, a voz de um apresentador de televisão é um elemento fundamental que influencia a qualidade da comunicação e a conexão com o público. A forma como a voz é utilizada pode afetar a percepção da competência e profissionalismo do apresentador, sendo uma ferramenta crucial para transmitir mensagens de forma clara e eficaz. A intensidade, a colocação, a projeção, a dicção, o timbre, a emoção, a assertividade são alguns dos aspetos mais relevantes relacionados com a voz que um comunicador deve ter em conta (Bourdieu, 1997; Makodia, 2009).

Uma voz bem articulada e confiante facilita a compreensão do conteúdo, transmitindo credibilidade. Além disso, a voz é considerada um elemento significativo da imagem global do apresentador, revelando o seu estilo e contribuindo para uma conexão emocional com o público. Finalmente, a capacidade de expressar emoções através da voz é reconhecida como uma boa competência de um apresentador de televisão (Barthes, 1990; Hartley, 1999).

Em suma, a voz de um apresentador de televisão desempenha um papel crucial na eficácia da comunicação audiovisual.

Postura

Vários especialistas são unânimes em considerar que a postura de um apresentador de televisão desempenha um papel muito importante na comunicação televisiva.

Uma postura correta e confiante não só fortalece a mensagem, como também contribui para a clareza da comunicação. A relevância de uma postura adequada vai além do aspeto físico, pois ela desempenha um papel significativo na construção da imagem geral do apresentador. Num meio de comunicação de massas, como a televisão, a aparência é um fator determinante na aceitação pelo público, pelo que uma postura correta e confiante contribui para uma imagem profissional e credível (Kristeva, 1988; Barthes, 1990).

Linguagem gestual

A comunicação de um apresentador de televisão é fortemente influenciada pela sua linguagem gestual.

Os gestos desempenham um papel significativo na expressividade da mensagem, reforçando a mensagem verbal e adicionando uma dimensão emocional à comunicação, expressando entusiasmo, empatia e outras emoções. Além de dar ênfase aos pontos-chave da mensagem e destacar informações cruciais, os gestos facilitam a

compreensão da mensagem, constituindo um suporte visual da comunicação. A combinação de gestos com palavras fortalece também a conexão emocional entre o apresentador e os telespectadores (Turk, 1985; Kristeva, 1988).

Quando os apresentadores estão sentados, a relevância dos gestos é ainda mais evidente. Um bom equilíbrio da gesticulação é essencial, pois tanto o excesso como a ausência de gestos podem ser interpretados negativamente pelos telespectadores: o excesso pode causar cansaço, enquanto a falta de gestos pode provocar uma sensação de apatia (Makodia, 2009; Dynel, 2011).

Em suma, gestos moderados conferem não só dinamismo à mensagem, como também reforçam a credibilidade do apresentador, transmitindo confiança e profissionalismo.

Contacto visual

O contacto visual do apresentador de televisão com a câmara contribui em grande medida para uma comunicação eficaz, criando proximidade e conexão com o público. Olhar diretamente para a câmara cria a sensação de que o apresentador está a olhar o telespectador nos olhos, mantendo-o envolvido e interessado na mensagem (Kristeva, 1988; Dynel, 2011).

O contacto visual é uma ferramenta poderosa na comunicação televisiva, ajudando a estabelecer uma conexão significativa com o público e transmitindo uma imagem de confiança e profissionalismo.

Expressão facial

Quando falamos sobre expressões faciais, uma das mais amplamente estudadas é o sorriso. Um estudo realizado por Choe, Wilcox e Hardy (1986), que se concentrou nas expressões faciais em anúncios publicitários, destacou o sorriso como uma das expressões mais comuns. Eles examinaram o sorriso sob a perspetiva da expressão emocional, destacando-o como um componente vital da expressão facial associada à sensação de felicidade. Além disso, a intenção por trás do sorriso é interpretada como uma demonstração genuína de simpatia ou como um meio de estabelecer conexões interpessoais (Swerts & Krahmer, 2009; Makodia, 2009).

O sorriso desempenha um papel crucial na apresentação televisiva, influenciando a perceção do público e contribuindo para o sucesso da comunicação. Considerado uma expressão universal de empatia e abertura, o sorriso permite aos apresentadores estabelecer uma conexão mais forte com o público, transmitindo uma imagem positiva e otimista. Um sorriso genuíno contribui para a perceção de

autenticidade por parte do apresentador, ajudando a construir a confiança do público. Em suma, o sorriso desempenha um papel significativo na comunicação eficaz, na construção de relacionamento com o público e na criação de uma atmosfera amigável e envolvente em televisão (Swerts & Krahmer, 2009; Makodia, 2009).

Em suma, a comunicação verbal e a comunicação não verbal contribuem, no seu conjunto, para a construção da credibilidade de um apresentador de televisão. Ou seja, não só o conteúdo da mensagem, mas também todos os elementos não verbais são cruciais para o profissional projetar uma imagem credível e de confiança aos telespectadores.

Feita esta descrição sobre os aspetos da linguagem não verbal relevantes para a análise do desempenho do apresentador, passamos à explicação de cada categoria e de cada variável relativa ao segundo campo – **caracterização do apresentador**.

As categorias 12 a 19 aplicam-se a cada apresentador; assim, se um programa tem dois ou mais apresentadores, repete-se a análise tantas vezes quantas forem necessárias.

Categoria 11 - Número

Esta categoria refere-se ao número de apresentadores do programa e tem cinco variáveis:

Variável 1 – Zero: sempre que o programa não é conduzido por nenhum apresentador.

Variável 2 – Um: sempre que o programa é conduzido por um único apresentador.

Variável 3 – Dois: sempre que o programa é conduzido por dois apresentadores.

Variável 4 – Mais do que dois: sempre que o programa é conduzido por mais do que dois apresentadores.

Variável 5 – Não se aplica: sempre que a categoria número não se aplica ao programa em análise.

Categoria 12 - Género

Esta categoria diz respeito ao género do apresentador do programa e tem quatro variáveis:

Variável 1 – Feminino: sempre que o apresentador é do género feminino.

Variável 2 – Masculino: sempre que o apresentador é do género masculino.

Variável 3 – Outro: sempre que o género do apresentador não se enquadra nas variáveis anteriores.

Variável 4 – Não se aplica: sempre que esta categoria não se aplica ao apresentador.

Categoria 13 - Formação

Esta categoria refere-se à formação académica do apresentador e tem quatro variáveis:

Variável 1 – Linguista: sempre que o apresentador é formado em Linguística.

Variável 2 – Outra especialização: sempre que o apresentador tem outra formação diferente de Linguística.

Variável 3 – Não Especializado: sempre que o apresentador não tem qualquer formação académica.

Variável 4 – Não se aplica: sempre que esta categoria não se aplica ao apresentador.

Categoria 14 – Tipo de Apresentador

Esta categoria diz respeito à visibilidade pública do apresentador do programa e tem quatro variáveis:

Variável 1 – Figura pública: sempre que o apresentador tem visibilidade mediática.

Variável 2 – Desconhecido: sempre que o apresentador não é conhecido do grande público.

Variável 3 – Outro: sempre que o tipo de apresentador não se enquadra nas variáveis anteriores.

Variável 4 – Não se aplica: sempre que esta categoria não se aplica ao apresentador.

Categoria 15 – Tipo de Interação

Esta categoria está relacionada com a interação que o apresentador estabelece com o público, com os convidados em estúdio ou com outro apresentador (se for o caso). Tem seis variáveis:

Variável 1 – Unidirecional: quando não existe qualquer interação entre o apresentador e os convidados em estúdio ou os telespectadores.

Variável 2 – Entre apresentadores: quando existe interação apenas entre os apresentadores.

Variável 3 – Com o público: quando os apresentadores estabelecem interação com o público através da câmara.

Variável 4 – Com convidados: quando os apresentadores estabelecem interação com os convidados em estúdio.

Variável 5 – Mista: quando existem dois ou mais tipos de interação (entre apresentadores; com o público; com os convidados).

Variável 6 – Não se aplica: sempre que esta categoria não se aplica ao apresentador.

Categoria 16 – Postura

Universidade Lusófona - Centro Universitário de Lisboa
Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação

Esta categoria diz respeito à postura do apresentador e tem quatro variáveis:

Variável 1 – Formal: sempre que o apresentador tem uma postura formal.

Variável 2 – Informal: sempre que o apresentador tem uma postura informal.

Variável 3 – Outra: sempre que o apresentador tem uma postura diferente das variáveis anteriores.

Variável 4 – Não se aplica: sempre que esta categoria não se aplica ao apresentador.

Categoria 17 – Tom de voz

Esta categoria refere-se ao tom de voz do apresentador e tem cinco variáveis:

Variável 1 – Profissional: sempre que o apresentador tem um tom de voz assertivo, não emotivo.

Variável 2 – Emocional: sempre que o apresentador tem um tom de voz emocional.

Variável 3 – Divertido: sempre que o apresentador tem um tom de voz divertido.

Variável 4 – Outra: sempre que o apresentador tem um tom de voz diferente das variáveis anteriores.

Variável 5 – Não se aplica: sempre que esta categoria não se aplica ao apresentador.

Categoria 18 – Expressão facial

Esta categoria diz respeito à expressão facial do apresentador e tem quatro variáveis:

Variável 1 – Séria: quando o apresentador raramente sorri.

Variável 2 – Sorridente: quando o apresentador sorri com frequência.

Variável 3 – Outra: quando o apresentador tem uma expressão facial diferente das variáveis anteriores.

Variável 4 – Não se aplica: sempre que esta categoria não se aplica ao apresentador.

Categoria 19 – Contacto visual

Esta categoria refere-se ao contacto visual que o apresentador estabelece com a câmara ou com os convidados. Tem cinco variáveis:

Variável 1 – Com a câmara: quando o apresentador estabelece contacto visual com os telespectadores através da câmara.

Variável 2 – Entre apresentadores: quando existe contacto visual apenas entre os apresentadores do programa.

Variável 3 – Com os convidados: quando os apresentadores estabelecem contacto visual com os convidados em estúdio.

Variável 4 – Misto: quando existe contacto visual com a câmara, entre apresentadores e também com os convidados em estúdio.

Variável 5 – Não se aplica: sempre que esta categoria não se aplica ao apresentador.

3.4. A entrevista enquanto instrumento metodológico

A entrevista é um dos métodos mais utilizados na investigação qualitativa. O seu objetivo é contribuir para um leque de conhecimentos conceptuais e teóricos e que se baseia nos significados que as experiências de vida têm para os entrevistados (Warren & Karner, 2005; Creswell, 2007).

De acordo com Hastie & Hay (2012), as entrevistas são particularmente úteis na investigação qualitativa, pois permitem “aceder à forma como os participantes observam determinado tipo de fenómeno, o que sentem e o que pensam sobre ele” (2012: p. 19).

Embora qualquer entrevista seja usada para conhecer melhor o entrevistado, o propósito desse conhecimento varia de acordo com as questões de investigação e a perspetiva disciplinar do investigador. Assim, algumas investigações são desenhadas para testar uma hipótese *a priori*, muitas vezes usando um formato de entrevista muito estruturado em que o estímulo (as perguntas) e as análises são padronizadas, enquanto outras investigações procuram explorar significados e perceções para obter uma melhor compreensão do fenómeno. Este último tipo de entrevistas visa encorajar o entrevistado a partilhar descrições ricas de fenómenos, deixando a interpretação ou análise para os investigadores (Warren & Karner, 2005; Purdy, 2014).

As entrevistas qualitativas têm sido classificadas em três grandes categorias: entrevistas estruturadas, semiestruturadas e não estruturadas. As entrevistas estruturadas têm um guião de perguntas pré-determinadas e produzem frequentemente dados quantitativos, ao passo que as entrevistas não estruturadas são realizadas em conjunto com a recolha de dados observacionais (Flick, 2005; Creswell, 2007; Hastie & Hay, 2012).

As entrevistas semiestruturadas, por sua vez, assentam num guião prévio que orienta o entrevistador para os objetivos de investigação, sendo que a sua estrutura pode ser mais ou menos rígida. Apesar de serem organizadas em torno de um conjunto pré-determinado de perguntas abertas, há outras questões que poderão surgir a partir do diálogo entre o entrevistador e o entrevistado, dando-lhe alguma autonomia para explorar ideias relevantes que possam surgir durante a entrevista (Cooper & Whit, 2012; Purdy, 2014).

Esta flexibilidade para se fazer perguntas de acompanhamento é uma das grandes vantagens das entrevistas semiestruturadas, fornecendo dados ricos e detalhados devido à sua natureza aberta. Não obstante, existem também alguns

aspectos menos positivos na sua utilização: existe um risco elevado de subjetividade. A flexibilidade deste tipo de entrevista pode comprometer a validade dos resultados e a natureza aberta das perguntas pode levar o investigador a fazer perguntas que originem respostas tendenciosas. Apesar disso, as entrevistas semiestruturadas continuam a ser um dos métodos mais utilizados na investigação qualitativa.

A realização de uma boa entrevista exige não só que o investigador tenha muito bem definidos os objetivos da sua investigação, mas também que conheça, com alguma profundidade, o contexto da sua investigação.

Nas palavras de Kvale, “o entrevistador é, ele próprio, um instrumento de investigação” (1996: p. 23). Assim, deve estar preparado para sair do itinerário planeado durante a entrevista, porque as reflexões podem ser muito produtivas à medida que seguem o interesse e conhecimento do entrevistado. A sua linguagem corporal é também um fator muito importante para transmitir credibilidade e confiança ao entrevistado. O tom emocional e o registo linguístico devem ser cuidados, mas não demasiado formais, para se poder criar alguma proximidade e empatia com o entrevistado, sem, contudo, se perder de vista os objetivos da investigação. Este processo de criação de empatia é, sem dúvida, uma componente essencial da entrevista e é muitas vezes designado de *rapport* – é a forma de estabelecer um ambiente seguro e de confiança para o entrevistado se sentir à vontade a fim de partilhar experiências pessoais e informações relevantes que contribuam para a investigação (Flick, 2005; Creswell, 2007).

A entrevista é, assim, um processo ativo em que o entrevistador e entrevistado, em conjunto e através da relação que mantêm nesse processo, produzem conhecimento.

Para esta investigação, recorreremos a entrevistas semiestruturadas e elaborámos três guiões de entrevistas, em função da população-alvo:

(a) Guião de entrevistas para os responsáveis pelo serviço público de televisão

1. Na sua opinião, qual o papel da RTP na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto operador público de televisão?
2. Considera que as iniciativas que a RTP tem tido e as estratégias que tem desenvolvido na promoção da língua portuguesa são suficientes? Porquê?

3. Na sua perspetiva, que outras estratégias e ações concretas poderiam ser desenvolvidas em prol da promoção da língua portuguesa pela RTP, em geral, e pelo canal que dirige, em particular?
4. Em que medida considera que as transformações tecnológicas têm afetado a missão do serviço público de promoção da língua portuguesa?
5. Considera que as plataformas digitais são uma ameaça ou uma oportunidade na defesa e promoção da língua portuguesa?
6. Que programa destacaria de entre os que até hoje aconteceram sobre a promoção da língua portuguesa por parte da RTP?

(b) Guião de entrevistas para a Provedora do Telespectador

1. Tendo em conta a função de serviço público de televisão em Portugal e o contrato de concessão assinado entre a RTP e o Estado, considera que a RTP tem cumprido o papel que lhe é atribuído no âmbito da promoção da língua portuguesa?
2. Enquanto órgão de autorregulação, qual o papel do Provedor na defesa e na promoção da língua portuguesa?
3. Com base na análise dos relatórios de 2017, 2018 e 2019, verifica-se que muitas queixas recebidas pelo Gabinete de Apoio aos Provedores (GAPTIV) dizem respeito ao mau uso da língua portuguesa na RTP. Quais as ações concretas que têm sido desenvolvidas para solucionar os problemas apresentados nessas queixas?
4. Com base nas recomendações do ex-Provedor do telespectador – Jorge Wemans – descritas nos relatórios de 2017, 2018 e 2019, listam-se abaixo as suas principais propostas para fazer face ao desagrado recorrente dos telespectadores sobre o mau uso da língua portuguesa na RTP:
 - (a) Criar mecanismos internos que permitam melhorar a qualidade do que se diz e escreve em todos os canais da RTP.
 - (b) Criar, de forma permanente, um maior número de programas centrados sobre a língua portuguesa.

- (c) Desenvolver sessões frequentes envolvendo jornalistas, apresentadores e outros trabalhadores da RTP no sentido de se erradicarem os erros mais frequentes da língua portuguesa.
- (d) Chamar a atenção de todos os profissionais da RTP para a forma correta de utilizar, pronunciar e grafar as palavras da língua portuguesa.

Estas propostas passaram à prática? Se sim, quais; se não, porquê?

(c) Guião de entrevistas para um representante da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

1. É função da ERC realizar auditorias às empresas concessionárias dos serviços públicos de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão? Se sim, de que forma?
2. A RTP, enquanto operador de serviço público, está sujeita ao cumprimento de quotas anuais de difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa?
3. Se a resposta à questão anterior for afirmativa, é função da ERC avaliar o cumprimento dessas obrigações? Qual a periodicidade dessa avaliação? E quais as implicações no caso de incumprimento?
4. A RTP está obrigada a prestar à ERC todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento dessas obrigações?
5. É função da ERC avaliar o uso correto e eficaz da língua portuguesa por parte da RTP, nos seus diferentes canais de televisão?
6. A ERC costuma receber queixas dos telespectadores da RTP sobre o mau uso da língua portuguesa?
7. Em relação aos programas da RTP sobre língua portuguesa *Cuidado com a Língua* (RTP 1), *Bom Português* (RTP 1) e *Voz do Cidadão*, a ERC costuma receber algum contacto do público, com comentários, sugestões, elogios ou reclamações?

Em suma, consideramos que uma metodologia de cariz qualitativo seria mais adequada para conseguirmos responder à nossa pergunta de investigação: qual o papel da televisão pública na promoção da língua portuguesa?

Em conclusão, acreditamos que a opção por uma metodologia qualitativa é a mais adequada, pois como bem referem Bauer & Gaskell (2012), a “preocupação com o processo é muito maior do que com o produto”. O significado que as pessoas conferem à realidade à sua volta e as suas perspetivas são fundamentais para a investigação.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1. Análise dos programas sobre língua portuguesa da RTP

Ao longo da investigação conduzida, identificaram-se sete programas dedicados à promoção da língua portuguesa na televisão pública.

Passamos agora a uma caracterização detalhada de cada um dos espaços e sublinhamos o facto de os cargos atribuídos aos apresentadores corresponderem aos desempenhados à época em que os programas foram exibidos.

4.1.1. Caracterização dos programas

4.1.1.1. CRÓNICAS DE BEM DIZER

1986



Imagem recolhida no *website* da RTP através de captura de ecrã.

Link: <https://arquivos.rtp.pt/programas/cronicas-de-bem-dizer/>

Crónicas de Bem Dizer foi o primeiro programa dedicado à promoção da língua portuguesa. Consistiu numa série de 12 episódios, da autoria da linguista Edite Estrela, também responsável pela apresentação deste espaço.

Edite Estrela nasceu em 1949 em Carrazeda de Ansiães. É licenciada em Filologia Clássica pela Faculdade de Letras de Lisboa e mestre em Comunicação Social, pela Universidade Nova de Lisboa. Foi professora de Língua e Literatura Portuguesa e colaborou em vários órgãos de comunicação social. Foi vice-presidente da Associação

Portuguesa de Escritores (1988-1994). Dirigente do Partido Socialista desde 1983, foi eleita deputada à Assembleia da República, em 1988 e 1994, ano em que tomou posse como presidente da Câmara de Sintra. É, desde 2004, deputada no Parlamento Europeu e Presidente da Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto. É autora das obras *Bem Escrever, Bem Dizer, Dúvidas do falar português* e, coautora, com João David Pinto Correia, do *Guia Essencial da Língua Portuguesa para a Comunicação Social*.

Dirigida ao público em geral, esta série de programas foi produzida pela RTP e gravada nos estúdios da RTP, em 1986. Os programas tinham uma periodicidade semanal e foram emitidos durante três meses e meio, de 5 de janeiro a 20 de abril de 1986, aos domingos, pelas 20h30, tendo uma duração aproximada de 30 minutos. Cada programa consistia numa conversa entre a apresentadora e dois ou três convidados: escritores, linguistas, jornalistas, professores ou investigadores. Os temas abordados versavam não só a gramática, mas também a história e a cultura portuguesa. Em cada programa, havia uma participação artística: diversos atores portugueses representavam uma peça relacionada com a temática do programa. O ambiente era professoral e o registo linguístico muito formal.

O primeiro programa teve como tema “Ninguém respeita a Língua e Todo o Mundo a Ofende” e começou com um *sketch* intitulado “Ninguém respeita a língua” representado pelos atores Carlos Paulo, Marques Arede, José Pedro Gomes e Paulo Ferreira. De seguida, Rosa Lobato de Faria recitou o poema “Gramática” de Manuel Alegre. Na parte final do programa, Edite Estrela conversou com os professores e investigadores Malaca Casteleiro, Fernanda Bacelar e Luísa Segura, sobre o projeto “Português Fundamental”.

“Literatura Popular” foi o tema do segundo programa desta série. Teve como primeiro convidado o Professor da Faculdade de Letras de Lisboa João David Pinto Correia, que falou sobre a linguagem popular oral e escrita (fábulas, romances e contos). Os meteorologistas Manuel Costa Alves e José Manuel Prista foram os segundos convidados e falaram sobre expressões e provérbios populares. Finalmente, o ator João Mota recitou um poema.

O terceiro programa, intitulado “Formação das Palavras, Aumentativos, Diminutivos e Siglas”, teve como convidados o professor Luís Fagundes Duarte, da Universidade Nova de Lisboa, e o escritor Diniz Machado. O ator João Perry começou por ler um soneto de António Nobre, o qual Edite Estrela comentou pelo facto de o mesmo conter muitos diminutivos. Luís Fagundes Duarte e Diniz Machado falaram sobre o uso dos diminutivos em Portugal e ainda sobre as siglas. Na parte final do programa,

os atores Irene Cruz e Melim Teixeira representaram um texto de Diniz Machado, com sufixos aumentativos e diminutivos.

O quarto programa teve como tema “A Antroponímia dos Nomes” e contou com a participação de Segurado e Campos, Professor da Faculdade de Letras, que falou sobre a Antroponímia dos Nomes, e o advogado Sebastião Garcia, que falou sobre a lei portuguesa que regula os nomes das pessoas. As atrizes Rosa Lobato Faria, Adelaide João e Fátima Murta, de Fausto Lopo Patrício de Carvalho representaram um texto sobre três mulheres de grupos sociais diferentes. Na parte final do programa, Edite Estrela conversou com as crianças que assistiram ao programa e revelou-lhes o significado dos seus nomes.

O quinto programa abordou o tema do valor das palavras, relacionadas com o dinheiro, e teve como convidados a linguista Manuela Barros, do Centro de Linguística da Universidade de Lisboa e o escritor e jornalista Augusto Abelaira. O programa começou com a participação de João Perry, que declamou o poema “O Dinheiro” de João de Deus. Num segundo momento, a atriz Irene Cruz interpretou um texto dramatizado de Augusto Abelaira. Seguidamente, Edite Estrela conversou com Manuela Barros sobre as palavras que variam de região para região, e ainda sobre alguns termos de calão e gíria. Na parte final do programa, Augusto Abelaira comentou um texto de Eça de Queirós.

“A Linguagem da Moda e da Publicidade” foi o tema do sexto programa desta série e contou com quatro convidados. Beja Santos, do Instituto de Defesa do Consumidor, e três académicos da Universidade Nova de Lisboa – o também escritor Eduardo Prado Coelho, Emídio Oliveira, professor de Semiótica das Artes Visuais e Maria Augusta Babo, professora de Comunicação Social. O programa começou a leitura de um texto do escritor José Gomes Ferreira, o qual foi comentado por Maria Augusta Babo e por Emídio Oliveira. Eduardo Prado Coelho falou sobre a linguagem utilizada na moda e Beja Santos comentou o uso das palavras usadas na comunicação social, nas marcas publicitárias, tendo refletido ainda sobre a relação entre as mensagens publicitárias e o consumidor. Maria Augusta Babo falou sobre as características do discurso da moda e Emídio Oliveira falou sobre o discurso publicitário. Todos os convidados refletiram sobre a importação de diversas palavras para a língua portuguesa.

O sétimo programa teve como tema “O masculino e feminino nas palavras” e contou com a participação de Maria do Rosário Romão, secretária-geral do Parlamento, Helena Roseta, Presidente da Câmara Municipal de Cascais, Maria José Marques da Silva, juíza, da poetisa Natália Correia e do escritor José Cardoso Pires. O programa

começou com a leitura de fragmentos do poema "Calçada de Carriche" de António Gedeão. Maria do Rosário Romão e Helena Roseta falaram sobre as dificuldades encontradas enquanto mulheres num cargo de responsabilidade. Do mesmo modo, Maria José Marques da Silva falou sobre as dificuldades encontradas enquanto mulher no cargo de juíza. De seguida, Natália Correia e José Cardoso Pires comentaram os testemunhos das três entrevistadas. Na parte final do programa, Edite Estrela falou sobre a diferença entre o masculino e o feminino na língua portuguesa.

O oitavo programa abordou a forma como as pessoas com deficiência visual e auditiva aprendem e usam a língua portuguesa e teve como convidados Ivo Nunes, professor de Braille, António Mourão, deficiente visual, Raul Alves, diretor de Pedagogia, Maria do Carmo, professora de Língua Gestual, e Rogério de Carvalho, monitor do Curso de Computadores. Ivo Nunes falou sobre o processo braille e a produção de livros em braille, enquanto António Mourão tocava piano. Raul Alves falou sobre o ensino a crianças invisuais. Na parte final do programa, Edite Estrela conversou com Maria do Carmo e com Rogério de Carvalho sobre a linguagem gestual.

"A situação do ensino da língua portuguesa" foi o tema do nono programa desta série e contou com a participação de professores, que falaram sobre o método de ensino da língua portuguesa nas escolas. Edite Estrela entrevistou alguns professores sobre o ensino da língua portuguesa: uma professora do Ensino Básico, uma professora do Ensino Preparatório e duas professoras do Ensino Secundário. Entrevistou também alguns alunos do ensino secundário, sobre as matérias lecionadas na aula de português. Edite Estrela conversou em estúdio com Maria Alzira Seixo, professora Catedrática da Faculdade Letras de Lisboa e com Eduíno de Jesus, Escritor e Professor do Ensino Secundário, sobre o ensino da língua portuguesa.

O décimo programa teve como tema "Português, Língua de Diáspora" e teve como convidados Fernando Cristóvão, Professor e Presidente do Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, Manuel Ferreira, diretor do Instituto de Estudos Africanos, e Luís Filipe Thomaz, da Faculdade de Letras de Lisboa. Fernando Cristóvão falou sobre a divulgação da cultura e da língua portuguesa junto de públicos que não têm o português como língua materna. Manuel Ferreira, por sua vez, falou sobre a difusão da língua portuguesa e Luís Filipe Thomaz refletiu sobre a situação da língua portuguesa na Ásia.

"O léxico da língua portuguesa" foi o tema do programa número 11 e teve como convidados Mário Dionísio, escritor e professor da Faculdade de Letras de Lisboa, Lindley Cintra, professor da Faculdade de Letras de Lisboa e Celso Cunha, professor da Universidade de Federal do Rio de Janeiro, no Brasil. O escritor Mário Dionísio falou sobre a relativização do conceito de norma que trouxe consigo o questionamento do

erro linguístico, constituindo erro para a gramática tradicional. Os professores Lindley Cintra e Celso Cunha, por sua vez, falaram sobre norma linguística, erro, norma padrão e ainda sobre a diferença entre as normas do Brasil e de Portugal.

O décimo segundo e último programa teve como tema "a língua e a comunicação social" e teve como convidados Salvado Trigo, Diretor da Escola Superior de Jornalismo do Porto, Silva Costa, jornalista, Artur Portela, Presidente do Conselho da Comunicação Social, Arons de Carvalho, professor da Universidade Nova de Lisboa, Fernando Sylvan, Presidente da Sociedade de Língua Portuguesa, e Artur Anselmo, professor de Comunicação Social da Universidade Católica. No programa falou-se sobre a escolha dos prémios atribuídos não só a jornalistas (de imprensa, rádio e televisão), mas também sobre a escolha dos prémios atribuídos a jornais vespertinos.

4.1.1.2. FALAR PORTUGUÊS

1989



Imagem recolhida no website da RTP através de captura de ecrã.

Link: <https://arquivos.rtp.pt/programas/falar-portugues/>

Três anos depois do primeiro programa dedicado à promoção da língua portuguesa na RTP, Edite Estrela volta a estar envolvida na autoria e apresentação do segundo espaço televisivo com esse objetivo.

Falar Português consistiu numa série de 60 programas, de cinco minutos cada, e tinha como propósito fornecer breves apontamentos e esclarecimentos sobre o bom

uso da língua portuguesa, sobretudo nos domínios da pronúncia, ortografia, flexão de palavras, léxico e sintaxe.

Os 60 programas foram emitidos de 30 de janeiro a 28 de abril de 1989, de segunda a sexta-feira. Foram integralmente produzidos pela RTP e gravados sempre em cenários diferentes: nos estúdios da RTP, em habitações particulares, num ambiente intimista, e ainda em bibliotecas.

A linguista Edite Estrela e o professor João David Pinto Correia foram os autores e apresentadores desta série. João David Pinto-Correia foi professor catedrático jubilado da Faculdade de Letras de Lisboa e especialista em estudos de Literatura Oral Tradicional. Era ainda um profundo conhecedor de Literatura Juvenil, de Fernão Mendes Pinto e do Padre Manuel Bernardes. Foi autor de várias obras e escreveu, com Edite Estrela, o *Guia Essencial da Língua Portuguesa para a Comunicação Social*, em 1999.

No primeiro programa, os apresentadores convidaram os telespectadores a enviarem as suas dúvidas linguísticas, pelo que, apesar do seu registo formal, verificamos, em cada programa, uma pequena interação com os telespectadores, no momento da leitura da correspondência. Apresentam-se alguns dos tópicos linguísticos abordados nas 60 emissões:

1. O significado do elemento tele- em telespectador
2. A sintaxe do verbo informar
3. Adesão e aderência
4. O plural das palavras terminadas em -ão
5. Grafia dos verbos derivados do verbo pôr
6. Divisão silábica e translineação
7. A sintaxe do verbo reunir-se
8. A polissemia do sufixo -aria
9. O género de alguns nomes
10. O plural da palavra *caráter*
11. Concordância com percentagens
12. Os verbos de duplo particípio passado
13. A grafia de certos verbos
14. Palavras homógrafas, homófonas e parónimas
15. A flexão de verbos compostos
16. A pronominalização
17. O uso da pontuação

18. A acentuação gráfica e acentuação tónica
19. O feminino e o masculino
20. O plural das siglas
21. O género da palavra *síndrome*
22. Concordância com «um dos que»
23. Questões de ortografia
24. Concordância com o verbo *haver*
25. O género de TAC
26. Embaixatriz e embaixadora
27. A sentinela ou o sentinel
28. O plural de decreto-lei
29. O feminino de poeta
30. O plural das unidades de medida
31. O género da palavra *diabetes*
32. O moral e a moral
33. O plural da palavra *filhó*
34. Rubrica ou rúbrica?
35. Estada e estadia
36. O uso do pretérito imperfeito de cortesia
37. *Curriculum* e *curricula*
38. O advérbio *meio*
39. Precisa-se de ou precisam-se de
40. Concordância da passiva com «milhões de»
41. Uso do infinitivo pessoal
42. Concordância com o verbo *fazer*
43. Vende-se ou vendem-se
44. Logótipo, estereótipo
45. Massivo e maciço
46. De encontro a e ao encontro de
47. A colocação dos pronomes átonos
48. Encarregado e empregado
49. O plural de *Pai Natal*
50. Alugar e arrendar
51. *Trata-se de* + plural
52. Ter de e ter que
53. Melhor e mais bem

54. O género de personagem
55. Mandado e mandato
56. Concordância entre o sujeito e o predicado
57. Obrigado e obrigada
58. Contração das preposições com os artigos
59. Onde e aonde
60. Círculo vicioso

Embora o Falar Português fosse um programa autónomo, emitido em horário nobre e com um objetivo pedagógico, o ambiente era excessivamente formal e professoral.

4.1.1.3. BOM PORTUGUÊS

Desde 2003



Imagem recolhida no *website* da RTP através de captura de ecrã.

Link: <https://www.rtp.pt/play/p88/e129240/bom-portugues>

Bom Português é uma rubrica sobre língua portuguesa da autoria da Porto Editora e resulta de uma parceria com a RTP. Foi criada a 9 de agosto de 2003 e está em exibição até hoje.

Esta rubrica insere-se no programa informativo Bom dia Portugal!, emitido de segunda a sexta-feira entre as 06h30 e as 10h00 na RTP1. O canal público classifica-a como “um espaço didático”, inserindo-a no género “informação especializada”. A rubrica tem cerca de dois minutos e repete três vezes ao longo do bloco informativo da manhã.

É apresentada, alternadamente, pelo jornalista João Tomé e pela jornalista Carla Trafaria e tem como objetivo esclarecer o telespectador sobre dúvidas linguísticas

frequentes, nos diferentes domínios da língua portuguesa: pronúncia, ortografia, vocabulário e sintaxe.

Em cada rubrica, são sempre apresentadas, em grafismo, duas formas possíveis de se escrever ou dizer uma palavra ou expressão em português. Em seguida, é emitida uma reportagem exterior em formato *vox pop*³, conduzida pela jornalista Carla Trafaria, que questiona algumas pessoas na rua sobre a forma correta da palavra ou expressão em análise. Finalmente, o esclarecimento linguístico é dado por Carla Trafaria, em voz *off*, acompanhado do grafismo que indica a forma correta da palavra ou expressão. A título de exemplo, apresentam-se em seguida alguns dos tópicos linguísticos abordados na rubrica:

1. a gente vai ou a gente vamos?
2. derivado a ou devido a?
3. discordar de ou discordar com?
4. entreviu ou interveio?
5. entreti-me ou entretive-me?
6. fi-lo ou fize-o?
7. há anos atrás ou há anos?
8. há dem ou hão de?
9. haviam ou havia?
10. meio baralhada ou meia baralhada?
11. pais natal ou pais natais?
12. parecido a ou parecido com?
13. põe-o ou põe-no?
14. preferir do que ou preferir a?
15. que apercebeu-se ou que se apercebeu?
16. tava ou estava?
17. á ou à?
18. analisar ou analisar?
19. a fim de ou afim de?
20. a partir de ou apartir de?
21. bebé ou bébé?

³ O termo *vox pop* tem origem na expressão “*vox populi*”, que significa «voz do povo». Consiste na realização de entrevistas na rua por um jornalista, com o objetivo de obter a opinião do público sobre um determinado assunto.

22. bem-vindo ou benvindo?
23. caem ou caiem?
24. cafezinho ou cafézinho?
25. com certeza ou concerteza?
26. conosco ou connosco?
27. defenir ou definir?
28. derrepente ou de repente?
29. diminutivo ou diminutivo?
30. esdrúxula ou exdrúxula?
31. esquesito ou esquisito?
32. fácilmente ou facilmente?
33. ia ou ía?
34. juiz ou júiz?
35. órgão ou orgão
36. peru ou Perú?
37. percurso ou precurso?
38. permear ou premiar?
39. pormenor ou promenor
40. proibido ou proibido?
41. propôr ou propor?
42. quiseste ou quizeste?
43. saiem ou saem?
44. se calhar ou secalhar?
45. vocês ou voçês?
46. à ou há?
47. acerca de ou há acerca de?
48. ter aceitado ou ter aceite?
49. agente ou a gente?
50. ao encontro de ou de encontro a?
51. ir aonde ou ir onde?
52. aparte ou à parte?
53. às ou ás?
54. cela ou sela?
55. com tudo ou contudo?
56. comprimento ou cumprimento?
57. darmos ou dar-mos?

58. debaixo ou de baixo?
59. lesse ou lê-se?
60. mais bem ou melhor?
61. ó ou oh?
62. obrigada ou obrigado?
63. perca ou perda?
64. poder ou puder?
65. porque ou por que?
66. posar ou pousar?
67. senão ou se não?
68. ter a ver ou ter a haver?
69. ter de ou ter que?
70. trás ou traz?
71. vêm ou veem?
72. vez ou vês?
73. o grama ou a grama?
74. glicemia ou glicémia?
75. social-democrata ou sociais-democratas?
76. tabu ou tabú?
77. pais natal ou pais natais?
78. discordar com ou discordar de?
79. estada ou estadia?
80. o personagem ou a personagem?
81. ter matado ou ter morto?
82. géis ou geles?
83. geladaria ou gelataria?
84. trata-se ou tratam-se?
85. cidra ou sidra?
86. inclusivé ou inclusive?
87. absti-me ou abstive-me?
88. decretos-leis ou decretos-lei?
89. órgão ou orgão?
90. beneficência ou beneficiência?
91. anorética ou anoréxica?
92. vende-se ou vendem-se casas?
93. quando muito ou quanto muito?

94. quiser ou quizer?
95. convir ou convier?
96. ter imprimido ou ter impresso?
97. mandado de busca ou mandato de busca?
98. cujo ou cujo o?
99. rubrica ou rúbrica?
100. câmara ou câmera?

A rubrica **Bom Português** continua em antena na RTP1, de segunda a sexta-feira, entre as 7h e as 10h da manhã, com o objetivo de prestar um serviço público sobre o bom uso da língua portuguesa.

4.1.1.4. CONCURSO FALA ESCRIVE ACERTA GANHA

2010-2011



Imagem recolhida no *website* da RTP através de captura de ecrã.
Link: <https://arquivos.rtp.pt/programas/falaescreveacertaganha/>

Fala Escreve Acerta Ganha foi um concurso diário dedicado à língua portuguesa e dirigido ao público infantil, especificamente a crianças dos 10 aos 12 anos. Gravado nos estúdios da RTP, o concurso foi transmitido pela RTP2 de 22 de fevereiro de 2010 a 4 de janeiro de 2011, com um interregno de 24 de maio a 4 de outubro de 2010 (cujo motivo se desconhece).

A apresentação era da responsabilidade do jornalista Pedro Castro e contava com a participação de alunos do 5.º e 6.º anos do Ensino Básico. Em cada edição do concurso, participavam alunos de diferentes escolas básicas do país – duas equipas em competição, com três elementos cada equipa. Cada sessão tinha a duração aproximada de 30 minutos e era constituída por cinco provas:

Universidade Lusófona - Centro Universitário de Lisboa
Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação

Prova 1 - De ouvidos bem abertos: esta prova tinha por objetivo avaliar a compreensão da leitura. O apresentador lia um excerto de uma obra literária infantil e no final da leitura fazia cinco perguntas de interpretação sobre o excerto lido. Respondia o concorrente que fosse mais rápido a premir o botão de resposta, em apenas 10 segundos.

Prova 2 - Português à vez: nesta prova, pretendia-se avaliar o domínio da gramática da língua portuguesa. Pedro Castro fazia seis perguntas sobre as diferentes áreas da gramática: ortografia, acentuação tónica, acentuação gráfica, flexão nominal, sinonímia, antonímia, tipo de frases, etc. Todos os concorrentes de cada equipa teriam de responder a uma pergunta num tempo limitado.

Prova 3 - Na pista das palavras: o objetivo desta prova era avaliar o conhecimento lexical dos concorrentes, através de um exercício de palavras cruzadas. Pedro Castro apresentava pistas sobre uma determinada palavra e cada concorrente, à vez, tinha de indicar a palavra correta.

Prova 4 - Quem não rimar vai ao ar: esta prova tinha como propósito avaliar a competência fonológica dos concorrentes. O apresentador enunciava duas palavras e pedia a cada equipa que indicasse palavras que rimassem com as palavras apresentadas.

Prova 5 - O melhor leitor: nesta prova, pretendia-se avaliar a competência da leitura dos participantes. A avaliação era feita por um convidado, que fazia uma apreciação da leitura de um texto por parte de um elemento de cada equipa. Essa avaliação era feita com base nos seguintes critérios: colocação de voz, respeito pela pontuação, expressividade, dicção e ritmo.

Importa referir um aspeto peculiar deste programa: o apresentador não se encontrava presencialmente em estúdio, conduzindo o concurso à distância, sendo visualizado através de um ecrã. A sua imagem era a preto e branco, a qual contrastava com o cenário, cuja decoração era bastante colorida, com motivos infantis. Os elementos de ambas as equipas estavam sentados em cadeiras altas, voltados para a televisão. A equipa vencedora recebia um prémio final e concorria para o quadro de honra, do qual constavam apenas as quatro melhores equipas de todas as sessões do concurso. O prémio final consistia numa visita ao Museu da Língua Portuguesa, em S. Paulo, no Brasil e na realização de um curso de inglês oferecido pela Editora Plátano.

Fala Escreve Acerta Ganha foi criado em 2009 por Teresa Paixão, diretora da RTP2, e teve um total de 65 emissões diárias.

4.1.1.5. AGORA, O PORTUGUÊS

2016-2017



Imagem recolhida no *website* da RTP através de captura de ecrã.

Link: <https://media.rtp.pt/agoranos/agora-dicas/agora-portugues-licao-7>

Agora, o português foi uma rubrica semanal sobre língua portuguesa, inserida no programa de entretenimento Agora Nós.

O Agora Nós era um *talk-show* apresentado por Tânia Ribas de Oliveira e por José Pedro de Vasconcelos. Tinha a duração de três horas, com emissão em direto e frequência diária, de segunda a sexta-feira, no período da tarde. O programa oscilava entre informação e entretenimento. A transição de temas mais sérios, como a saúde, as finanças, a criminalidade, para momentos de divertimento e humor, conferia ao programa uma função social, pedagógica e de entretenimento. O público era, na sua maioria constituído por pessoas idosas, reformados, donas de casa, desempregados; pessoas que têm como companhia primordial a televisão, que as entretém diariamente.

A rubrica Agora, o português teve início no dia 17 de maio de 2016 e terminou no dia 5 de janeiro de 2017, num total de 14 emissões semanais. Com a duração aproximada de 15 minutos, a rubrica consistia numa conversa entre os dois apresentadores e a linguista Sandra Duarte Tavares⁴, também autora dos conteúdos.

⁴ A apresentadora desta rubrica coincide com a autora desta tese. Pela sua pertinência para esta investigação, optou-se por manter este espaço no *corpus*, tendo sido analisado com o máximo de distanciamento e imparcialidade possíveis.

Sandra Duarte Tavares é mestre em Linguística Portuguesa pela Faculdade de Letras de Lisboa e professora universitária na área da Comunicação. É consultora linguística e colaboradora da RTP em programas televisivos e radiofónicos sobre língua portuguesa e autora e coautora de vários livros sobre língua portuguesa e comunicação.

O principal objetivo da rubrica era esclarecer o telespectador sobre dúvidas linguísticas frequentes, nos diferentes domínios da língua portuguesa: pronúncia, ortografia, acentuação gráfica, flexão verbal, léxico, sintaxe e semântica.

Em cada rubrica eram apresentados alguns erros linguísticos frequentes e, em seguida, era emitida uma reportagem exterior, na qual um jornalista da RTP questionava algumas pessoas na rua (*vox pop*) sobre a forma correta de cada palavra ou expressão, num formato semelhante ao usado na rubrica supra analisada “Bom Português”. Finalmente, os esclarecimentos linguísticos eram dados em estúdio pela linguista.

No primeiro programa, foram lançados três desafios em *vox pop*: qual a forma correta: into[ks]jicação ou into[ch]jicação? Ringue de patinagem ou rinque de patinagem? Mais bem classificado ou melhor classificado? As respostas corretas foram apresentadas pela linguista, em estúdio, seguidas de um esclarecimento sobre a diferença entre as palavras *há* e *à*. Na parte final do programa, os apresentadores convidaram os telespectadores a enviarem fotografias com erros linguísticos que encontrassem em diversas situações do quotidiano.

No segundo programa, foram lançados os seguintes desafios em *vox pop*: Alcoolémia ou alcoolemia? Fatura discriminada ou fatura discriminada? Mandado de captura ou mandato de captura? A moral elevada ou o moral elevado? Sandra Duarte Tavares apresentou as respostas corretas e esclareceu também a diferença entre as palavras *história* e *estória*.

O terceiro programa teve apenas dois tópicos em *vox pop*: desclassificada ou desqualificada? Obrigado ou obrigada? Depois de enunciar as formas corretas, a linguista esclareceu ainda a diferença entre os verbos *deferir* e *diferir* e os verbos compostos terminados em *êm* e *eem* (provêm, intervêm, preveem, reveem, etc.)

No quarto programa, foram lançados dois desafios em *vox pop*: ovelha ranhosa ou ovelha ronhosa? Uma assinatura breve é uma rubrica ou rúbrica? As respostas corretas foram apresentadas pela linguista, em estúdio, seguidas de um esclarecimento sobre a diferença entre as interjeições *oh* e *ó*.

O quinto programa teve dois tópicos em *vox pop*: ciclo vicioso ou círculo vicioso? Um ténis ou um téni? Sandra Duarte Tavares apresentou as respostas corretas e esclareceu também algumas dúvidas enviadas pelos telespectadores.

O sexto programa abordou a questão relacionada com os verbos compostos: ter imprimido ou ter impresso? Uma TAC ou um TAC? Sandra Duarte Tavares deu também esclarecimentos sobre o uso das formas verbais quando escrevemos um *e-mail* formal. Finalmente, foi lançado pelos apresentadores um novo espaço dentro da rubrica – consultório linguístico – no qual se convidam os telespectadores a enviarem as suas dúvidas linguísticas para o *e-mail* do programa. As dúvidas enviadas seriam resolvidas na edição seguinte da rubrica.

No sétimo programa, foram lançados dois desafios em *vox pop*: Comida à descrição ou comida à discrição? Qual a diferença entre as palavras aptidão e apetência? No consultório linguístico, foram esclarecidas dúvidas linguísticas enviadas ao longo da semana pelos telespectadores.

O oitavo programa teve dois tópicos em *vox pop*: Perigo iminente ou perigo eminente? Discordar com ou discordar de? As respostas corretas foram apresentadas pela linguista, em estúdio, seguidas de um esclarecimento sobre a diferença entre as formas verbais *podermos* e *pudermos*. Finalmente, falou-se sobre a ambiguidade do operador *qualquer*, o qual pode assumir vários significados, como sinónimo de “todos”, “nenhum”, “algum”, “não importa qual”.

No nono programa, foram lançados dois desafios em *vox pop*: a síndrome ou o síndrome? Onde vais ou aonde vais? Sandra Duarte Tavares esclareceu também alguns aspetos sobre o novo Acordo Ortográfico, nomeadamente a queda das consoantes mudas c e p.

O décimo programa abordou as seguintes áreas críticas da língua portuguesa: ir de encontro a ou ir ao encontro de? Ele entrevistou ou ele interveio? Açoriano ou açoreano? Sandra Duarte Tavares esclareceu ainda algumas corruptelas linguísticas, como catéter, taquicárdia, esparregata, circuncisar, diospiro, travesti.

No décimo primeiro programa, foram lançados dois desafios em *vox pop*: os m[í]dia ou os m[é]dia? A RTP reserva-se o direito a ou reserva-se no direito a? Sandra Duarte Tavares apresentou as respostas corretas e refletiu ainda sobre o uso e abuso de estrangeirismos em português, bem como a adaptação de algumas palavras estrangeiras, sobretudo anglicismos. Finalmente, foram dados esclarecimentos sobre as regras do novo acordo ortográfico, nomeadamente o uso obrigatório de minúscula.

No décimo segundo programa, foram lançados dois desafios em *vox pop*:

um dia de sol é um dia solarengo ou soalheiro? A RTP está sediada em Lisboa ou está sedeada em Lisboa? Devia haver mais iniciativas ou deviam haver mais iniciativas? As respostas corretas foram apresentadas pela linguista, em estúdio, seguidas de um esclarecimento sobre a diferença entre *porque* e *por que*. Finalmente, foram dados esclarecimentos sobre as regras do novo acordo ortográfico, nomeadamente a perda do hífen nas formas monossilábicas do verbo *haver*.

O décimo terceiro programa foi dedicado à comunicação em público. Sandra Duarte Tavares falou sobre os vários aspetos a ter em conta para comunicar em público com impacto: articulação, coesão e coerência do discurso; o poder da voz: projeção, variação, dicção, emoção, assertividade; estratégias para uma mensagem inspiradora: factos, metáforas e histórias e ainda sobre a importância da linguagem não verbal.

O último programa foi emitido no dia 5 de janeiro de 2017 e abordou as palavras mais pesquisadas em 2016 na internet: Brexit, burkini, startup, pansexual, impeachment, discriminar, gerigonça, xenófobo, paralímpico, presidenta. Sandra Duarte Tavares esclareceu ainda palavras que suscitam dúvidas quanto à sua pronúncia: rubrica, líderes, acordos, alcoolemia, logótipo, inclusive, mal-estar, tenhamos / possamos.

4.1.1.6. CUIDADO COM A LÍNGUA!

2006-2019

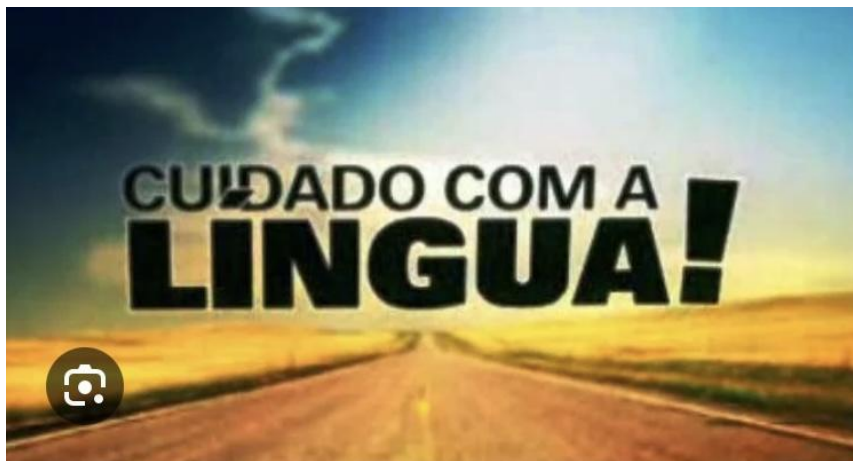


Imagem recolhida no *website* da RTP através de captura de ecrã.

Link: <https://arquivos.rtp.pt/programas/cuidado-com-a-lingua/>

Cuidado com a Língua! foi um programa dedicado à língua portuguesa, apresentado pelo ator Diogo Infante e com locução da jornalista Maria Flor Pedroso. Foi criado em 2016 por José Mário Costa, responsável do portal na Internet Ciberdúvidas

da Língua portuguesa, e contou com a participação dos professores Carlos Rocha, Maria João Matos e Maria Regina Rocha, como consultores linguísticos, e do jornalista João Lopes Marques, como guionista. Foi produzido e realizado integralmente pela produtora Até ao Fim do Mundo.

Nascido a 28 de maio de 1967, Diogo Infante tem-se distinguido como ator, encenador e diretor artístico. Começou por fazer teatro amador no Algarve, vindo, mais tarde, para Lisboa, onde frequentou o Conservatório até 1991. Depois de algumas colaborações com o Teatro Aberto, estreou-se no cinema com *Nuvem* (1992), de Ana Luísa Guimarães, seguindo-se *O Pesadelo Cor de Rosa* (1998), onde contracenou com Catarina Furtado, *A Jangada de Pedra* (2001), baseado no romance homónimo de José Saramago, entre muitos outros. Também fez televisão, apresentando os concursos *Pátio da Fama* (1994) e *Quem Quer Ser Milionário* (2000), sucedendo a Carlos Cruz e Maria Elisa nessa posição. Foi presença constante em telenovelas brasileiras e afirmou-se também como um dos jovens valores do panorama teatral português quer como encenador. Diogo Infante foi diretor artístico do Teatro Nacional D. Maria II, de dezembro de 2008 a novembro de 2011 e, em dezembro de 2017, assumiu as funções de programador e diretor artístico do Teatro da Trindade, em Lisboa.

O programa *Cuidado com a Língua!*, em formato magazine, era emitido semanalmente em horário nobre pela RTP1 (e repetido na RTP2, RTPN, RTP Internacional e RTP África) e tinha a duração aproximada de 15 minutos. Era um espaço didático e, ao mesmo tempo, de entretenimento, com algum humor. Sempre com um tema diferente por emissão, o programa combinava cenas ficcionadas com imagens de atualidade e outras (arquivo, filmes, etc.). O grafismo, a animação, os diagramas e os efeitos sonoros, misturados com imagens de depoimentos de especialistas, conferiam um fio condutor entre as seis rubricas do programa:

1. **Palavras com história:** esta rubrica explanava a história e as influências da língua portuguesa e também a origem e curiosidades à volta de palavras, expressões idiomáticas, ditos populares, provérbios, topónimos, antónimos, sinónimos, parónimos, etc.
2. **Como diz?** Nesta rubrica, apresentavam-se alguns erros linguísticos (ortográficos, sintáticos, de pronúncia), populismos, estrangeirismos mal-empregados, redundâncias, vícios de linguagem, provenientes de registos sonoros reais (rádio e TV), de jornais, *outdoors*, publicidade, blogues, etc.).

Universidade Lusófona - Centro Universitário de Lisboa
Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação

3. **Em português nos desentendemos?** Esta rubrica descrevia as diferenças entre o português de Portugal, do Brasil e dos demais países da CPLP.
4. **Língua viva:** nesta rubrica, eram dados exemplos de bons neologismos, novas palavras e expressões que não estão dicionarizadas, mas foram bem inventadas segundo a feição do português; estrangeirismos sem tradução, etc.
5. **Palavras mutantes:** nesta rubrica era descrita a evolução semântica de palavras e expressões ao longos dos tempos (como por exemplo: “marechal”, “bestial” ou de “sacana”).
6. **Sabedoria popular:** esta rubrica abordava expressões populares, ditos e provérbios (sempre que possível, com as diferenças em Portugal e noutros países de língua portuguesa).

O Cuidado com a Língua! teve início no dia 15 de setembro de 2006 e terminou no dia 13 de novembro de 2019, com alguns interregnos (cujo motivo se desconhece). Foram emitidas nove séries, com 13 programas cada uma, perfazendo um total de 117 programas, distribuídos desta forma:

- 1.^a série: 2006 (de setembro a dezembro)
- 2.^a série: 2007 (de janeiro a julho)
- 3.^a série: 2008 (de março a dezembro)
- 4.^a série: 2009 (de janeiro a maio)
- 5.^a série: 2010 (de março a junho)
- 6.^a série: 2011 (de março a julho)
- 7.^a série: 2013 (de janeiro a abril)
- 8.^a série: 2017 (de janeiro a dezembro)
- 9.^a série: 2019 (outubro e novembro)

Cada programa incidia sobre um tema específico, em torno do qual eram analisadas várias questões linguísticas organizadas de acordo com as seis rubricas referidas anteriormente. A justiça e os tribunais, o Acordo Ortográfico, o hipismo, a florista, o amolador, a astronomia, a farmácia, o calendário, o jardim, o colecionismo, o

talho, a botânica, a padaria, o galego, a peixaria foram alguns dos temas abordados nas várias séries.

Depois de um interregno de um ano, a 9.^a e última série foi emitida em outubro de 2019, estreando-se com novos temas, curiosidades, histórias de palavras e das expressões mais emblemáticas da língua portuguesa. Esta nova série começou com o tema da diversidade linguística nas escolas portuguesas (um inquérito registava, em cerca de 500 escolas do 1.º e do 2.º ciclo da zona da Grande Lisboa, alunos de 58 línguas diferentes), seguindo-se depois os Açores e a Madeira, com as suas especificidades linguísticas no nosso idioma. O canto e a linguagem musical, o Jardim Botânico, a psicanálise e a engenharia foram outros dos temas abordados nesta última série do Cuidado com a Língua!

4.1.1.7. CONCURSO *FALAR, FALAR BEM, FALAR MELHOR*

2021



Imagem recolhida no *website* da RTP através de captura de ecrã.

Link: <https://www.rtp.pt/play/p8407/e519426/falar-falar-bem-falar-melhor>

Falar, Falar bem, Falar melhor foi um concurso semanal dedicado à língua portuguesa, da autoria de Teresa Paixão, diretora da RTP2, e em parceria com o Plano Nacional de Leitura (PNL2017). O concurso era gravado nos estúdios da RTP e foi transmitido pela RTP2 de 16 de janeiro de 2021 a 10 de abril de 2021, num total de 13 sessões, sempre à sexta-feira. O principal objetivo deste concurso era promover a leitura, a literacia e a cultura portuguesa, sobretudo entre as camadas jovens da população.

A apresentação era da responsabilidade de Margarida Mercês de Mello e tinha a participação de uma equipa com dois elementos de diferentes gerações. Margarida Mercês de Mello nasceu em Luanda em 1953 e entrou para a RTP em outubro de 1978,

onde iniciou as suas funções como locutora de continuidade. Em 1979, apresentou com Júlio Isidro “A Grafonola Ideal”, na Rádio Comercial, e mais tarde, “Febre de Sábado de Manhã”. Entre muitos trabalhos e participações, destaca-se a apresentação de Festivais da Canção, mais concretamente em 1985 e 1992. Foi também locutora de alguns documentários e autora do documentário “Azul Alvim”, que em 2014 foi premiado no FESTin. E “A Casa da Mensagem”, também de sua autoria, é o seu mais recente documentário, estreado na RTP2 em dezembro de 2017.

Cada sessão do concurso tinha a duração aproximada de 40 minutos e era constituída por oito provas orais ou escritas sobre temas da língua portuguesa. Entre cada prova, eram apresentadas algumas particularidades e curiosidades da língua portuguesa, em voz *off* e com apoio de grafismo.

A cada resposta certa, os concorrentes tinham direito a receber uma letra do alfabeto atribuída aleatoriamente pela “roda de letras”. Se, no final da oitava prova, a equipa conseguisse formar uma palavra juntando apenas mais uma letra à sua escolha, teria um bónus de pontuação. A prova escrita final era avaliada por um convidado escolhido pela produção do programa e a letra do alfabeto era atribuída de acordo com a avaliação feita pelo convidado. O tempo atribuído para as provas era indicado sempre no início de cada prova. A elaboração das provas, incluindo as perguntas que as compõem, era da responsabilidade do Plano Nacional de Leitura (PNL).

No final de cada sessão, era atribuído a cada um dos participantes um prémio, constituído por um leitor de livros digital. Ambos os participantes recebiam uma oferta suplementar, constituída por um cheque-brinde para o leitor de livros digital, se, no final da sessão, tivessem bónus de pontuação.

Apresenta-se, em seguida, uma breve descrição de cada prova:

Prova 1 - Provérbios e gíria juvenil: nesta prova, os concorrentes tinham de explicar o significado de dois provérbios portugueses. O concorrente que acertasse nas respostas tinha direito a receber uma letra do alfabeto fornecida aleatoriamente pela roda de letras. Esta prova era individual.

Prova 2 - Liberdade de expressão: nesta prova os concorrentes tinham de explicar o significado de duas palavras estrangeiras. O concorrente que acertasse nas respostas tinha direito a receber uma letra do alfabeto fornecida aleatoriamente pela roda de letras. Esta prova era individual.

Prova 3 - Sons da língua portuguesa: esta prova consistia na correspondência entre sons e letras, considerando que um som pode ser representado por letras diferentes. A equipa ouvia um som e teria de escrever palavras que incluíssem esse som, mas com letras diferentes. Por exemplo o som [s] está presente em palavras como “caça”, “sentir”, “passar” e “máximo”. Esta prova era resolvida em conjunto.

Prova 4 - Onde está o erro? Nesta prova, também resolvida em conjunto, os concorrentes ouviam uma frase que continha três erros de pronúncia e tinham de identificar essas incorreções.

Prova 5 - Origem de palavras: nesta prova eram apresentadas duas palavras e três opções de resposta para cada uma. Cada concorrente tinha de escolher a opção que indicasse a origem da palavra indicada no ecrã. Esta prova era individual.

Prova 6 - Palavras que combinam: nesta prova, eram apresentadas duas palavras e cada concorrente tinha de indicar dois diferentes contextos de uso dessa palavra. Por exemplo: *partir*: “partir um copo”; “partir para outro país”. Esta prova era individual.

Prova 7 - Qual é a palavra? Nesta prova, a apresentadora dava uma definição do significado de uma determinada palavra e os concorrentes tinham de indicar qual a palavra que correspondia a essa definição. Esta prova era individual.

Prova 8 - Criar um texto: nesta prova final, a equipa tinha a missão de escrever um texto (uma notícia, um anúncio publicitário, uma instrução, etc.) até cinco linhas, durante dois minutos, sobre o tema indicado pela apresentadora. A prova era avaliada pelo convidado escolhido pela produção do programa e o resultado dessa avaliação era a oferta de uma vogal: a vogal A indicava que a prova tinha sido muito boa; a vogal U indicava que a prova tinha sido fraca; uma vogal intermédia como o E, I ou O indicava que a prova tinha sido suficiente. A vogal oferecida contribuía para a formação das palavras no final da sessão.

No final de cada programa, era exibida uma tabela com o nome de todas as equipas que participaram no concurso, bem como o número de palavras que cada equipa tinha conseguido formar. Tratava-se, portanto, de uma classificação por ordem decrescente das pontuações obtidas por todas as equipas concorrentes desde a

primeira sessão. Essa tabela era atualizada no final de cada emissão e, no último programa, Margarida Mercês de Mello anunciou a equipa vencedora.

4.1.2. Apresentação dos resultados da análise de conteúdo

A grelha de análise aplicada permitiu-nos apurar um conjunto de dados que caracterizam os espaços televisivos que a RTP consagrou à língua portuguesa ao longo da sua história. Conforme explicado em detalhe no Capítulo 3 (Metodologias), a grelha de análise desenhada divide-se em dois grandes campos: caracterização do programa e desempenho do apresentador.

Passamos à apresentação dos resultados do primeiro campo, por categoria, que nos permite ter uma visão clara e comparativa do nosso *corpus*, constituído pelos sete programas identificados.

Categoria 1 - Género: existem programas com características diferentes e para públicos diferentes: uns mais pedagógicos, outros de cariz mais lúdico. Existem quatro programas integralmente pedagógicos: os programas autónomos Crónicas de Bem Dizer e Falar Português e as duas rubricas Bom Português e Agora, o português. O programa Cuidado com a Língua! e os dois concursos: Fala Escreve Acerta Ganha e Falar, Falar bem, Falar Melhor apresentam-se como programas educativos e de entretenimento, em simultâneo.

Categoria 2 - Tipo de conteúdo: As duas rubricas Bom Português e Agora, o português abordavam unicamente erros linguísticos frequentes. Os três programas autónomos Crónicas de Bem Dizer e Falar Português e Cuidado com a Língua! e os dois concursos eram mais abrangentes, incluindo não só questões linguísticas, mas também questões relacionadas com a diversidade linguística, história da língua, léxico e variantes lexicais, etimologia (origem de palavras), etc.

Categoria 3 - Formato: Em relação ao formato, identificaram-se três tipos:

- 1) Programas de língua portuguesa autónomos com três ocorrências: Crónicas de Bem Dizer, Falar Português e Cuidado com a Língua!;
- 2) Dois concursos relacionados com a língua portuguesa produzidos e emitidos pela RTP2, variável à qual correspondem dois casos: Fala Escreve Acerta Ganha e Falar, Falar bem, Falar Melhor.

- 3) Rubricas não autónomas a que correspondem os dois restantes espaços, sendo que cada um deles se insere em contextos televisivos completamente diferentes. A rubrica Bom Português, ainda em exibição, insere-se no programa informativo da RTP 1 - Bom dia Portugal!. Agora, o português foi uma rubrica inserida no programa de entretenimento Agora Nós, também da RTP1.

Categoria 4 - Periodicidade: Em termos de periodicidade, constatamos que apenas um programa autónomo era emitido de segunda a sexta-feira: Falar Português. Os restantes dois eram programas semanais: Crónicas de Bem Dizer e Cuidado com a Língua!

Um dos concursos – Fala Escreve Acerta Ganha – era diário; o outro, semanal – Falar, Falar bem, Falar Melhor. Também nas rubricas, verificamos diferenças: Agora, o português era uma rubrica semanal; a rubrica Bom Português é emitida de segunda a sexta-feira.

Categoria 5 - Duração: Relativamente à duração de cada programa, os mais breves são a rubrica Bom Português, com cerca de dois minutos, e o Falar Português, com cerca de cinco minutos. Com menos de 15 minutos temos a rubrica Agora, o português e o programa Cuidado com a Língua! Entre 15 a 30 minutos, temos o programa Crónicas de Bem Dizer e o concurso Fala Escreve Acerta Ganha. Finalmente, o programa mais longo é o concurso semanal Falar, Falar bem, Falar Melhor, com aproximadamente de 42 minutos.

Categoria 6 - Horário: Em relação ao horário, o único programa emitido de manhã é a rubrica Bom Português. No período da tarde foram emitidos os concursos Fala Escreve Acerta Ganha e Falar, Falar bem, Falar Melhor e a rubrica Agora, o português. Em horário nobre, foram emitidos os três programas autónomos: Crónicas de Bem Dizer, Falar Português e Cuidado com a Língua!.

Categoria 7 - Espaço: Relativamente ao espaço, verificamos que à exceção do programa Cuidado com a Língua! e das duas rubricas Bom Português e Agora, o português, que são produzidos em estúdio e também no exterior (no caso das rubricas, o *vox pop*), os restantes programas e concursos são gravados sempre em estúdio.

Categoria 8 - Público-alvo: Em relação ao público-alvo, à exceção do concurso Fala Escreve Acerta Ganha, dirigido ao público infantil, todos os restantes programas têm um público-alvo classificado na variável indiferenciado.

Categoria 9 - Produção: Relativamente à produção, à exceção do programa Cuidado com a Língua!, que foi produzido por uma produtora externa, todos os restantes foram produzidos internamente pela RTP.

Categoria 10 - Canal de emissão: Cinco dos sete programas e rubricas dedicados à língua portuguesa foram emitidos na RTP 1: Crónicas de Bem Dizer, Falar Português, Cuidado com a Língua! e as rubricas Bom Português e Agora, o português. Os concursos Fala Escreve Acerta Ganha e Falar, Falar bem, Falar Melhor foram transmitidos pela RTP2.

Concluída a apresentação dos resultados do primeiro campo de análise, passamos para a leitura dos dados obtidos sobre o segundo campo: a caracterização do apresentador. Desta vez, numa abordagem programa a programa, por ter sido esta a que se revelou a mais eficaz na descrição dos resultados.

Crónicas de Bem Dizer

Apresentadora: Edite Estrela

Crónicas de Bem Dizer foi o primeiro programa dedicado à língua portuguesa, criado em 1986 pela RTP. Edite Estrela, autora e apresentadora deste programa, é uma figura conhecida dos portugueses e uma referência no domínio da linguística, tendo um profundo conhecimento sobre a língua portuguesa. Estas características levam-na a adotar, neste programa pioneiro, uma postura muito formal e um tom professoral, oferecendo uma abordagem erudita aos temas em debate. Edite Estrela utiliza também uma linguagem técnica que pode não ser compreendida pelos telespectadores que não dominam a terminologia linguística.

O programa consistia numa conversa entre a apresentadora e alguns convidados, predominantemente do meio académico: professores, investigadores, linguistas e alguns escritores. A interação entre a apresentadora e os convidados era demasiado formal, o que poderia criar um distanciamento emocional com os telespectadores.

Importa agora analisar alguns aspetos da linguagem não verbal da apresentadora. Sendo uma importante ferramenta para uma comunicação clara e eficaz, Edite Estrela faz um uso muito competente da sua voz: uma intensidade adequada, uma excelente colocação e dicção, uma voz segura e confiante, características que lhe permitem projetar profissionalismo e credibilidade. Contudo, em certos momentos do programa, a apresentadora poderia imprimir alguma emoção na sua voz, criando uma maior empatia com os telespectadores. Porém, a aposta da linguista é no distanciamento.

Em termos do enquadramento da câmara⁵, Edite Estrela conduz o programa sentada e o plano de câmara mais utilizado é o grande plano, também conhecido como *close-up*, que é um tipo de enquadramento que mostra o rosto e ombros do protagonista. Este plano é utilizado não só para realçar as expressões faciais do protagonista, mas também para criar uma sensação de proximidade com o telespectador.

Uma vez que o plano de câmara mais vezes usado é o grande plano, não é possível fazer uma avaliação da postura e dos gestos da apresentadora, uma vez que são quase sempre impercetíveis. Quando Edite Estrela conversa com os convidados, surge muito pontualmente um plano geral, de poucos segundos, motivo pelo qual não é possível analisar a linguagem corporal de todos os participantes. Em relação ao contacto visual, Edite Estrela fala diretamente para a câmara, criando a ilusão de que está a falar com o telespectador. Contudo, a sua expressão facial é quase sempre séria, o que poderá prejudicar a conexão emocional com os telespectadores.

Falar Português

Apresentadores: Edite Estrela e João David Pinto Correia

O segundo programa dedicado à língua portuguesa surgiu em 1989, três anos depois do primeiro programa. A apresentação deste programa cabia a uma dupla de

⁵ Neste trabalho, classificamos os planos de enquadramento da câmara de acordo Nogueira (2010). Para este autor, os principais planos são os seguintes:

1. Grande plano (ou *Close-up*): mostra apenas o rosto e os ombros do protagonista.
2. Plano médio: mostra o protagonista da cintura até ao rosto.
3. Plano americano: mostra o protagonista dos joelhos até ao rosto.
4. Plano geral: mostra o protagonista de corpo inteiro e ainda o cenário que o envolve.

especialistas em língua portuguesa: a linguista Edite Estrela, figura conhecida do grande público, e o professor universitário João David Pinto Correia.

Ao contrário do esperado, a presença de dois apresentadores não proporcionou o dinamismo desejado na apresentação do programa. A sua postura demasiado formal e o seu tom professoral dão a impressão ao telespectador de que está a assistir a uma aula. Além disso, a linguagem utilizada por ambos é pouco acessível a um público não familiarizado com a terminologia linguística.

Relativamente à linguagem não verbal, começamos pelos aspetos relacionados com a voz. Os apresentadores fazem ambos um uso eficaz da sua voz: uma intensidade adequada, uma boa colocação, uma voz segura e assertiva, uma correta articulação das palavras, transmitindo confiança e profissionalismo. Contudo, o ritmo do seu discurso é quase sempre monocórdico, com pouco dinamismo e com muito pouca emoção.

Em relação aos enquadramentos da câmara, de entre os planos mais utilizados, destacam-se o plano geral e o grande plano, sendo dada preferência a este último. Através do grande plano, os telespectadores têm uma visão mais próxima, focada nas expressões faciais dos apresentadores. O plano geral, por sua vez, permite observar a linguagem corporal dos apresentadores, oferecendo-nos uma visão mais ampla do cenário.

Na maioria dos programas analisados, a captação de imagem em planos *close-up* evidencia não só a postura formal dos apresentadores, mas também a sua expressão facial séria, o que pode comprometer a criação de uma conexão emocional com os telespectadores.

A escolha do enquadramento da câmara influencia também a perceção do público sobre a interação dos apresentadores. Apesar de Edite Estrela e João David Pinto Correia estabelecerem contacto visual com a câmara, não existe qualquer interação com os telespectadores. A interação limita-se ao diálogo entre eles, não envolvendo diretamente o público.

A prioridade dada aos planos *close-up* afeta também a perceção de outro aspeto muito importante da linguagem não verbal: os gestos. O facto de os apresentadores conduzirem o programa sentados realça a importância dos seus gestos. Porém, os apresentadores raramente utilizam gestos que complementem os conteúdos apresentados, o que compromete a expressividade e a compreensão da mensagem. Gestos moderados destacariam alguns pontos-chave da mensagem, contribuindo para a eficácia da comunicação.

Cuidado com a Língua!

Apresentador: Diogo Infante

O Cuidado com a Língua! foi o terceiro programa autónomo sobre língua portuguesa emitido semanalmente pela RTP. A apresentação era da responsabilidade de Diogo Infante, ator e encenador conhecido do grande público.

Ao contrário dos dois programas autónomos já analisados, o Cuidado com a Língua! apresenta um ambiente mais descontraído e um registo linguístico menos formal, destacando-se dos demais por ser muito completo, mais diversificado, mais bem estruturado e bastante criativo.

É notória a interação entre o apresentador Diogo Infante e a jornalista Maria Flor Pedroso, cuja participação em *voz off* contribuiu significativamente para o sucesso do programa. O diálogo descontraído que ambos estabelecem em cada episódio, realizado num tom amigável, mas sem ultrapassar os limites da familiaridade, constituiu, inequivocamente, uma marca distintiva do programa.

Esta informalidade é evidenciada pela linguagem não verbal do apresentador, nos seus diferentes aspetos: a voz, a postura, os gestos, o contacto visual e o sorriso. Além da correta colocação de voz, da intensidade adequada, da correta dicção e articulação das palavras, destacamos o tom emocional da sua voz, que cria uma empatia imediata com os telespectadores.

A postura informal de Diogo Infante merece também especial atenção, constituindo um elemento fundamental na interação com os telespectadores. Aliado à sua postura descontraída, o contacto visual direto com a câmara cria a sensação de uma conversa pessoal com o público. Além disso, a sua expressão facial, quase sempre sorridente, contribui para uma atmosfera acolhedora e envolvente, tornando a apresentação do programa muito cativante.

Bom Português

Apresentadores: Carla Trafaria e João Tomé

A rubrica Bom Português é parte integrante do programa informativo das manhãs da RTP1 – Bom dia Portugal!. Este programa é apresentado, em semanas alternadas, pelo jornalista João Tomé e pela jornalista Carla Trafaria, que se tornaram dois rostos familiares do grande público devido à sua presença como pivôs deste programa.

A rubrica, cujos conteúdos são da responsabilidade da Porto Editora, é lançada pelo pivô que apresenta o Bom dia Portugal! nessa semana.

Universidade Lusófona - Centro Universitário de Lisboa
Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação

Como se referiu na secção anterior deste trabalho, a reportagem exterior conduzida pela jornalista Carla Trafaria consiste na interação com pessoas que passam na rua, questionando-as sobre a forma correta da palavra ou expressão em análise. Durante a reportagem, a jornalista promove um ambiente descontraído, aproveitando o contacto direto com as pessoas para criar a expectativa no telespectador sobre a resposta correta, envolvendo-o e fidelizando-o. A sua postura é informal, o seu tom de voz é emocional e a sua expressão facial sorridente, criando uma conexão empática com os entrevistados.

O esclarecimento linguístico é posteriormente dado em *voz off*, por Carla Trafaria, acompanhado do grafismo que indica a forma correta da palavra ou expressão. Nesta narração em *voz off*, o tom de voz da jornalista passa a ser mais assertivo e menos emocional, conferindo credibilidade à mensagem transmitida.

Agora, o português

Apresentadores: Tânia Ribas de Oliveira e José Pedro de Vasconcelos

Linguista convidada: Sandra Duarte Tavares

Agora, o português foi uma rubrica semanal sobre língua portuguesa, inserida no programa de entretenimento Agora Nós, apresentado por Tânia Ribas de Oliveira e por José Pedro de Vasconcelos, duas figuras conhecidas do grande público.

A rubrica consistia numa conversa entre os dois apresentadores e Sandra Duarte Tavares, especialista em linguística, também autora dos conteúdos. Em cada rubrica, eram apresentados alguns erros linguísticos frequentes e, em seguida, era emitida uma reportagem exterior, na qual um repórter da RTP questionava algumas pessoas na rua sobre a forma correta de cada palavra ou expressão. Durante a reportagem, o repórter estabelece uma atmosfera amigável com as pessoas entrevistadas, adotando uma postura informal, um tom de voz divertido e uma expressão facial sorridente.

Em estúdio, no momento dos esclarecimentos linguísticos, Sandra Duarte Tavares usa uma linguagem muito clara e acessível para quem não domina a terminologia linguística, mantendo o rigor científico. As explicações teóricas são sempre sustentadas por muitos exemplos, procurando ilustrar o melhor possível o contexto de uso da expressão linguística em causa.

Relativamente ao enquadramento, os planos de câmara alternavam entre o plano geral e planos médios. Ambos os planos evidenciam a boa interação entre os apresentadores do programa – Tânia Ribas de Oliveira e José Pedro de Vasconcelos – e a especialista. O diálogo descontraído que estabelecem, realizado num registo

linguístico informal, contribui para uma atmosfera acolhedora e envolvente, enriquecendo a experiência do público. Este ambiente menos formal é percebido pela linguagem não verbal de Sandra Duarte Tavares: a voz, a postura, os gestos, o sorriso. Além da correta colocação de voz e articulação das palavras, destacamos o tom emocional da sua voz, a sua postura informal e a sua expressão facial sorridente que tornam a sua intervenção cativante, contribuindo para o sucesso da rubrica.

Finalmente, verifica-se que o tipo de interação, bem como o contacto visual, é quase sempre estabelecido entre os apresentadores e a especialista.

Fala Escreve Acerta Ganha

Apresentador: Pedro Castro

O concurso Fala Escreve Acerta Ganha representou uma oportunidade única para os alunos do 5.º e 6.º anos do Ensino Básico de diversas escolas do país demonstrarem o seu conhecimento sobre a língua portuguesa. Este concurso destacou-se de outros programas, não só pelo seu formato pouco convencional, mas também pela singularidade do seu apresentador.

A apresentação coube ao jornalista Pedro Castro, que, embora não seja uma figura pública, deixou a sua marca distintiva pelo facto de conduzir o concurso através de um ecrã. Porém, a distância física entre ele e os concorrentes, associada à sua postura notavelmente formal, criou um distanciamento emocional não só com os participantes, mas também com os telespectadores. A expressão facial de Pedro Castro, desprovida de qualquer emoção, e o seu tom de voz assertivo contribuíram para uma abordagem excessivamente profissional e desapaixonada, considerando a faixa etária dos concorrentes.

Em contraste com a tendência de outros concursos que enfatizam emoções e entretenimento, Pedro Castro manteve um estilo impassível, focado em criar um ambiente de competição pautado pela formalidade e sobriedade.

Finalmente, verificamos que o tipo de interação, bem como o contacto visual, é quase sempre estabelecido entre o apresentador e os participantes.

Falar, Falar Bem, Falar Melhor

Apresentadora: Margarida Mercês de Mello

O segundo concurso dedicado à língua portuguesa – Falar, Falar bem, Falar Melhor – contava a participação de dois elementos de diferentes gerações.

Universidade Lusófona - Centro Universitário de Lisboa
Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação

A apresentação esteve a cargo de Margarida Mercês de Mello, experiente locutora de continuidade na RTP, reconhecida pelo grande público.

Margarida Mercês de Mello destaca-se na condução deste concurso pela sua eloquência e pelo seu registo linguístico sempre cuidado. A sua postura formal, aliada à sua simpatia, cria um ambiente respeitoso e acolhedor para os participantes. A sua capacidade em equilibrar formalidade e simpatia contribui para uma atmosfera amigável.

Por outro lado, o tom profissional e assertivo da sua voz contribui também para a credibilidade do concurso. Além disso, a expressão facial de Margarida Mercês de Mello revelou-se versátil, transitando entre momentos mais sérios e outros mais descontraídos. Esta variação contribui significativamente para a dinâmica da apresentação, mantendo o interesse dos concorrentes.

Em relação aos enquadramentos da câmara, os planos geral e médio foram os mais utilizados, sendo este último o mais privilegiado. O facto de a apresentadora conduzir o programa sentada realça a importância não só das suas expressões faciais, mas também dos seus gestos, que conferem expressividade à sua comunicação. Os planos médios captaram todos estes aspetos da sua linguagem não verbal.

Finalmente, a interação é marcada pelo contacto visual constante entre a apresentadora e os participantes. Esta abordagem reforça a proximidade e a conexão entre Margarida Mercês de Mello e os concorrentes, tornando a sua experiência mais envolvente e enriquecedora.

4.1.3. Análise crítica dos programas

Crónicas de Bem Dizer

Crónicas de Bem Dizer foi, como se referiu, o primeiro programa dedicado à promoção da língua portuguesa. Tendo em conta que se trata de um programa autónomo, emitido semanalmente em horário nobre e com um objetivo educativo, a utilização de uma linguagem mais clara e de um tom menos formal tornaria, a nosso ver, a experiência do público mais enriquecedora.

Na maior parte dos episódios – num total de 12 – Edite Estrela conversa com os professores e investigadores, que trazem uma perspetiva mais académica ao programa. A nosso ver, a inclusão de especialistas em língua portuguesa enriquece o debate e fornece contributos valiosos sobre a importância da defesa da língua e os desafios que

a mesma enfrenta. Contudo, seria benéfico existir um maior dinamismo entre a apresentadora e os convidados.

Consideramos ainda que a recitação de poemas presente em muitos programas adiciona uma dimensão artística e literária a cada programa, mostrando uma variedade de formas de expressão relacionadas com a língua portuguesa. Por sua vez, o momento de alerta para alguns erros linguísticos frequentes conta com a participação de atores portugueses, muitos deles conhecidos do grande público, oferecendo-nos uma abordagem criativa e humorística. No entanto, em certos episódios, o momento de representação é demasiado longo, o que pode torná-lo monótono e resultar na perda de interesse por parte dos telespectadores.

Apesar dos temas abordados serem relevantes, consideramos que existe falta de uma narrativa coesa entre os mesmos. Os temas variam amplamente, desde áreas críticas da língua (sobretudo ortografia e sintaxe), literatura popular, processos de formação de palavras, palavras relacionadas com o dinheiro, linguagem da moda e da publicidade, regras de flexão nominal do português, a questões relacionadas com a aprendizagem da língua por deficientes visuais e auditivos, a situação do ensino do português e a língua portuguesa como meio de comunicação social. A ausência de um fio condutor entre os conteúdos temáticos é, a nosso ver, uma grande lacuna deste programa.

Finalmente, salientamos o facto de, ao contrário do que foi anunciado no primeiro programa pela apresentadora, a maioria dos programas tratou sobretudo de aspetos gerais da comunicação, em vez de explicar as diferentes áreas da língua portuguesa, como a fonética, o léxico, a sintaxe e a semântica.

Em suma, a ausência de um encadeamento lógico entre os programas e ainda a falta de variedade dos conteúdos são, a nosso ver, os aspetos menos positivos do programa *Crónicas de Bem Dizer*. No entanto, reconhecemos que este é o programa pioneiro dedicado à língua portuguesa, criado em 1986, numa época em que a RTP não dispunha dos recursos técnicos, tecnológicos e humanos que existem hoje. E por isso, é louvável a iniciativa de Edite Estrela em criar este primeiro espaço televisivo dedicado à língua portuguesa.

Falar Português

Como se referiu, *Falar Português* foi o segundo programa dedicado à promoção da língua portuguesa. Reconhecemos o seu valor pedagógico, mas consideramos que os tópicos linguísticos poderiam estar mais bem organizados ao longo dos 60 episódios.

Universidade Lusófona - Centro Universitário de Lisboa
Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação

É nossa convicção de que um programa de língua portuguesa em horário nobre merecia uma melhor organização temática, dispondo os conteúdos pelos diferentes domínios da língua portuguesa de forma mais coerente, começando, por exemplo, com as áreas críticas de fonética (pronúncia de palavras), seguidas da ortografia (regras de escrita, acentuação gráfica), do léxico (significado e uso das palavras), da sintaxe (regras de construção frásica) e, por fim, da semântica (significado das palavras).

Do nosso ponto de vista, uma abordagem mais sequencial e lógica proporcionaria uma compreensão mais clara e aprofundada dos diferentes domínios da língua portuguesa, elevando a qualidade do programa e enriquecendo a experiência dos telespectadores.

Além da organização temática, consideramos que alguns tópicos linguísticos abordados carecem de exemplos que ilustrem de forma clara o uso correto de uma determinada palavra ou expressão. Além disso, incluir exemplos apoiados por um grafismo mais apelativo, utilizando uma paleta de cores diferenciada, poderia favorecer não só a compreensão da mensagem pelo público, como também a imagem global do programa.

É também importante fazer uma breve apreciação sobre o cenário do programa. Cada episódio é gravado em locais diversos, mas sempre no interior. Na maior parte dos episódios, o ambiente reproduz a sala de estar de uma residência, cujo propósito será, provavelmente, estabelecer uma conexão mais próxima com o telespectador, criando uma sensação de estar "em casa". No entanto, apesar da intenção de criar um ambiente familiar, a abordagem formal dos apresentadores e a sua postura académica não conseguiram, em nosso entender, estabelecer a proximidade desejada com os telespectadores.

Em conclusão, consideramos que a má organização temática, a rigidez do formato, o ambiente professoral, o registo linguístico demasiado formal, o uso de linguagem técnica e o ritmo discursivo pouco dinâmico são, do nosso ponto de vista, os aspetos menos positivos do programa Falar Português. É possível criar um ambiente menos elitista, um pouco mais descontraído, sem perder a seriedade e o rigor dos conteúdos apresentados. Uma abordagem menos formal e o uso de uma linguagem clara e acessível contribuiria para uma maior conexão com o público, tornando o programa mais interessante e apelativo.

Cuidado com a Língua!

Cuidado com a Língua! foi o terceiro programa dedicado à língua portuguesa. Realçamos o seu objetivo educativo: sensibilizar-nos para a importância de cultivar o bom uso da língua portuguesa. O seu grande propósito é não só corrigir erros linguísticos comuns (sobretudo na comunicação social), mas também promover a valorização da diversidade da língua portuguesa. A linguagem clara utilizada e os exemplos concretos que sustentam os conceitos teóricos são também aspetos a assinalar, tornando o programa bastante acessível ao público em geral.

Destacamos também o formato inovador do programa (didático e em simultâneo lúdico): a combinação de elementos ficcionais e informativos, a participação de cidadãos comuns (o homem do talho, a peixeira, o padeiro, a florista, o farmacêutico, entre tantos outros), juntamente com a interação entre Diogo Infante e Maria Flor Pedroso, tornam o programa muito apelativo.

Consideramos relevante também mencionar a diversidade de cenários utilizados no programa, tanto em ambientes interiores como em ambientes exteriores, aliados uma ampla gama de planos de câmara, que vão desde os planos gerais até aos primeiros planos. Estes elementos contribuem significativamente para a qualidade da produção, enriquecendo a experiência do público.

A estrutura do programa é também um elemento a evidenciar, com módulos temáticos e uma abordagem diversificada, explorando diversos aspetos da língua portuguesa: históricos, gramaticais, semânticos, regionais, entre outros. Por exemplo, na rubrica “Palavras com história”, explora-se não só a história e as influências da língua portuguesa (com exemplos de palavras de origens diversas: latina, árabe, grega, africana...), mas também a origem de expressões idiomáticas, provérbios e ditos populares. Todos estes conteúdos mostram-nos a riqueza e a diversidade da nossa língua. Na rubrica “Como diz”, abordam-se erros e desvios linguísticos, a partir de registos sonoros reais de diversos meios: imprensa, rádio, televisão, etc. A inclusão da sub-rubrica “Língua de Trapos”, incentivando os telespectadores a enviarem exemplos de erros linguísticos, promove a participação ativa e o envolvimento do público. Na rubrica “Em Português nos Desentendemos?”, a preocupação em destacar as diferenças linguísticas entre os países lusófonos permite dar a conhecer ao público a diversidade da nossa língua. Finalmente, na rubrica “Língua Viva”, os vários exemplos de neologismos (palavras novas) e de expressões não dicionarizadas mostra-nos que a língua portuguesa é viva e está em constante mudança.

A riqueza e diversidade de todas estas temáticas contribuem seguramente para o sucesso do programa e para manter o interesse e a fidelidade do público ao longo do tempo. No entanto, apesar dos pontos fortes do programa, consideramos que existem aspetos que poderiam ser melhorados. Por exemplo, embora a correção de erros linguísticos seja importante, consideramos benéfico manter um equilíbrio para evitar uma abordagem excessivamente crítica. Seria interessante valorizar também bons exemplos da escrita literária e não literária.

O programa poderia beneficiar ainda de uma discussão mais aprofundada sobre as mudanças linguísticas recentes na língua, sobretudo as provenientes dos meios digitais, como as redes sociais. Além disso, a participação de especialistas em linguística poderia enriquecer ainda mais o programa, conferindo-lhe uma maior credibilidade.

Em suma, o Cuidado com a Língua! apresenta um esforço louvável para preservar e promover a língua portuguesa e, por isso, faria sentido que a RTP mantivesse este programa em antena, semanalmente, e em horário nobre.

Bom Português

Como aspetos positivos deste espaço educativo, destacamos a sua abordagem pedagógica: consideramos que o esclarecimento diário de dúvidas linguísticas comuns é um verdadeiro serviço público prestado pela RTP. A variedade de tópicos linguísticos abordados, atravessando os diferentes domínios da língua – pronúncia, ortografia (incluindo o novo acordo ortográfico), léxico e sintaxe tem o potencial de alcançar diferentes perfis de telespectadores. Além disso, os esclarecimentos são dados numa linguagem clara e bastante acessível ao público em geral.

Consideramos que o horário de emissão, entre as 7h e as 10h da manhã, é também um fator estratégico. Neste intervalo de tempo, muitos telespectadores ainda estão em sua casa, de saída para o trabalho, permitindo-lhes assistir a este espaço educativo.

A apresentação da rubrica também se destaca pelo seu formato: ao serem exibidas graficamente duas opções linguísticas, cria-se uma expectativa no telespectador, envolvendo-o e fidelizando-o. Os elementos gráficos reforçam visualmente a resposta correta, facilitando a compreensão da informação.

Consideramos ainda que a participação do público através de reportagens de rua, trazendo a sua perspetiva sobre a língua, é um fator diferenciador, na medida em que há uma forte possibilidade de os telespectadores se identificarem com as respostas

dadas pelas pessoas entrevistadas. Sonia Livingstone (1994: 83) refere que “ouvir a experiência do cidadão comum é uma das satisfações dos telespectadores, porque esperam aprender algo sobre o mundo social”. As reportagens em *vox pop* conferem, assim, realismo à mensagem. O telespectador identifica-se com as pessoas entrevistadas e essa identificação gera, naturalmente, fidelização.

Finalmente, salientamos o facto de este espaço televisivo, em parceria com a Porto Editora, existir desde 2003, o que indica não só uma relação duradoura e bem-sucedida com a RTP, mas também uma boa aceitação por parte dos telespectadores.

Contudo, consideramos que há aspetos que poderão ser melhorados em futuras edições. Poderia ser interessante incluir desafios mais complexos a fim de se alcançar um público de um nível sociocultural mais elevado. Além disso, seria benéfico aprofundar os esclarecimentos linguísticos, sustentando as explicações com autores e obras de referência.

Seria também benéfico incluir na rubrica exemplos que refletissem as diversas variedades e variantes linguísticas do português, tornando o programa mais diversificado e inclusivo. Conhecer e saber usar o português padrão não significa erradicar as outras variedades geográficas ou sociais, até porque a variação linguística é uma realidade de qualquer língua viva e a língua portuguesa não é exceção. Assim, tendo em conta as diferenças linguísticas entre as várias regiões de Portugal continental e ilhas, seria interessante incluir exemplos de variantes geográficas nos diferentes níveis da língua: fonético, morfológico, lexical, sintático e semântico.

De uma forma geral, o Bom Português parece cumprir seu propósito educativo e a combinação do formato e conteúdos, aliada à clareza da linguagem, contribui em grande medida para o sucesso da rubrica, que continua em antena na RTP1.

Agora, o português

Como aspetos positivos desta rubrica realçamos o seu objetivo pedagógico: sensibilizar-nos para a importância de preservar e cultivar o bom uso da língua portuguesa. E à semelhança do que verificámos com a rubrica Bom Português, consideramos que a participação do público através de reportagens de rua é um elemento distintivo, contribuindo para cativar os telespectadores. Como se referiu anteriormente, as reportagens em *vox pop* conferem realismo à mensagem, uma vez que o telespectador se identifica com as pessoas entrevistadas e essa identificação gera fidelização. E para dar mais realismo, emoção e impressão de proximidade com

as pessoas entrevistadas, as imagens são, normalmente, criadas com planos de câmara fechados.

Destacamos também a clareza das explicações dadas. Era utilizada uma linguagem acessível para quem não domina a terminologia linguística, mantendo o rigor científico. Sublinhamos ainda o facto de as explicações teóricas serem sustentadas por inúmeros exemplos, que tentavam ilustrar o melhor possível o contexto de uso da palavra ou expressão em causa. Finalmente, evidenciamos o cuidado de fornecer informações atualizadas sobre as questões mais polémicas da língua portuguesa, as suas especificidades e subtilezas.

Contudo, existem aspetos que poderiam ser melhorados, do nosso ponto de vista. Consideramos que os 14 episódios da rubrica apresentam os tópicos linguísticos de forma pouco organizada. Em cada episódio, os conteúdos poderiam ser dispostos pelos diferentes domínios da língua portuguesa de forma mais coerente, começando, por exemplo, com áreas críticas de pronúncia, seguidas de áreas críticas de ortografia, de léxico e, finalmente, de sintaxe. Cremos que uma abordagem mais sequencial e lógica proporcionaria uma compreensão mais clara e aprofundada dos diferentes domínios da língua portuguesa, melhorando significativamente a experiência dos telespectadores.

Levantamos dúvidas também sobre a eficácia de uma rubrica de língua portuguesa integrada num programa de entretenimento. Ou seja, será que este espaço didático contribuiu efetivamente para a consciencialização dos telespectadores sobre o bom uso da língua e para o aperfeiçoamento das suas competências linguísticas?

Questionamos ainda a adequação deste formato ao horário em que a rubrica é emitida. Como se referiu anteriormente, o público dos programas da tarde é, em geral, constituído por pessoas que têm como companhia primordial a televisão, que as entretém diariamente (idosos, reformados, desempregados, donas de casa). É muito provável que este público não demonstre grande receptividade a este tipo de conteúdos.

Concluimos a nossa análise com um apontamento positivo. É notável a boa interação entre os apresentadores do programa – Tânia Ribas de Oliveira e José Pedro de Vasconcelos – e a linguista Sandra Duarte Tavares. O diálogo descontraído que estabelecem, realizado num tom amigável, contribui para uma atmosfera acolhedora e envolvente, enriquecendo a experiência do público.

Fala Escreve Acerta Ganha

Como aspeto francamente positivo deste concurso, realçamos o seu objetivo educativo: promover o interesse das crianças pela língua portuguesa, aperfeiçoando diferentes competências linguísticas: a gramática, o léxico, a fonologia, a leitura e a compreensão da leitura. De acordo com alguns linguistas (Inês Duarte, Inês Sim-Sim, Noam Chomsky), a gramática explícita pode ser ensinada de forma lúdica, a partir de atividades interessantes e divertidas, em contexto de sala de aula, em fóruns escolares e até em espaços televisivos como este.

Envolver alunos do 5.º e 6.º anos do Ensino Básico é um aspeto que nos parece interessante e inovador, não só como forma de atrair novos alunos de diferentes escolas básicas a participar no concurso, mas também e, sobretudo, porque revela uma excelente estratégia para fidelizar o público infantil. Ao envolver alunos destas faixas etárias, a RTP proporciona uma oportunidade educativa valiosa, estabelecendo uma conexão significativa com as crianças e adolescentes.

O formato do concurso também nos parece bem conseguido: as cinco provas exploram diferentes áreas da língua, proporcionando uma abordagem abrangente e diversificada. E o prémio final – a visita ao Museu da Língua Portuguesa, em S. Paulo, no Brasil, e um curso de inglês – é uma excelente iniciativa para motivar futuros concorrentes. No entanto, após uma análise atenta das perguntas que constituem as cinco provas, importa-nos tecer algumas considerações sobre cada uma.

A prova 1 designa-se “De ouvidos bem abertos” e tem por objetivo avaliar a compreensão da leitura dos concorrentes. Após a leitura de um excerto de uma obra literária infantil, o apresentador faz cinco perguntas de interpretação sobre o excerto lido. Consideramos que, para se atingir um nível elevado de desempenho na compreensão da leitura, é necessário saber interpretar as pistas estruturais contidas num texto. E uma grande parte dessas pistas envolve um conhecimento profundo da língua. Assim, seria desejável que o apresentador fornecesse algumas pistas e informações para cada concorrente interpretar o texto com eficácia.

Na prova 2, intitulada “Português à vez”, pretende-se avaliar o domínio da gramática da língua portuguesa. Pedro Castro faz seis perguntas sobre as diferentes áreas da gramática: ortografia, acentuação tónica, acentuação gráfica, divisão silábica, flexão verbal, flexão nominal, sinonímia, antonímia, tipo de frases, etc. Consideramos que os conteúdos desta prova poderiam estar mais bem organizados, isto é, há perguntas que não dizem respeito à gramática, mas sim a outros domínios da língua,

os quais são avaliados noutras provas. Por exemplo, as perguntas que envolvem sinónimos e antónimos deveriam constar da prova 3, relacionada com o léxico da língua portuguesa. Por sua vez, as questões sobre divisão silábica e acentuação tónica deveriam constar da prova 4, relacionada com a fonologia da língua portuguesa.

Sugerimos, assim, as seguintes atividades para a prova 2: identificar classes de palavras através de trava-línguas e lengalengas, reconhecer as funções sintáticas de uma frase, nomeadamente os seus dois elementos fundamentais: sujeito e predicado. Uma outra questão interessante seria testar a competência dos concorrentes sobre complexidade de frases, por exemplo, construir uma frase complexa a partir de duas frases simples (por exemplo: O professor faltou à aula. O professor está doente: o professor está doente e por isso faltou à aula).

A prova 3, “Na pista das palavras”, está relacionada com o léxico da língua e tem como propósito avaliar o conhecimento lexical dos concorrentes, através de um exercício de palavras cruzadas. O apresentador apresenta pistas sobre uma determinada palavra e cada concorrente, à vez, tem de indicar a palavra correta. Na nossa perspetiva, poderiam ser incluídas nesta prova várias outras questões relacionadas com o léxico, nomeadamente construir frases com palavras parónimas (por exemplo: adesão / aderência; descrição / discricção); criar palavras novas a partir de uma palavra primitiva (exemplo: maduro - maturidade, amadurecer); estabelecer relações semânticas entre palavras: além da sinonímia e antonímia, abordar também as relações de hiperonímia (ave, papagaio) e holonímia (bicicleta, selim).

Na prova 4, “Quem não rimar vai ao ar”, pretende-se avaliar a competência fonológica dos concorrentes, ou seja, o seu conhecimento sobre os sons da língua. O apresentador enuncia duas palavras e pede a cada equipa que indique palavras que rimem com as palavras apresentadas. Além das rimas, consideramos que existem outras questões de fonologia interessantes a incluir nesta prova, nomeadamente, a classificação de palavras quanto à acentuação tónica, a reconstrução de sílabas de modo a formar uma palavra, articulação de trava-línguas, etc.

A prova 5, intitulada “O melhor leitor” pretende avaliar a competência da leitura dos participantes. A avaliação é feita por um convidado, com base nos seguintes critérios: colocação de voz, respeito pela pontuação, expressividade, dicção e ritmo. Consideramos que o apresentador, ou o convidado, deveria fornecer algumas informações sobre os critérios para se ser um leitor competente, explicando com detalhe cada um dos critérios de avaliação da leitura, nomeadamente questões relacionadas com a dicção e articulação de palavras, com a realização de pausas em função dos constituintes sintáticos da frase, com aspetos de expressividade, etc.

Finalmente, um dos aspetos que consideramos menos positivos diz respeito à presença virtual do apresentador do concurso. O facto de o apresentador Pedro Castro conduzir o programa através de um ecrã, além do distanciamento físico evidente, cria, do nosso ponto de vista, um distanciamento emocional com os concorrentes (e também com o público que assiste ao concurso).

Além da distância física do apresentador, é relevante referir que o tom de voz utilizado é excessivamente assertivo e formal. Julgamos que adotando um tom de voz mais emocional e uma expressão facial mais amigável, o apresentador criaria uma maior empatia não só com os participantes, mas também com os telespectadores, promovendo uma experiência inesquecível para todos.

Não obstante estes aspetos menos positivos, consideramos louvável a iniciativa da RTP2 em criar este concurso, não só pelo seu nobre objetivo educativo de promover o interesse das crianças e jovens pela língua portuguesa, como também pela participação de alunos do 5.º e 6.º anos do Ensino Básico.

Falar, Falar Bem, Falar Melhor

Como aspetos positivos deste concurso, destacamos o seu objetivo educativo de promover a leitura, a literacia e a cultura portuguesa. A estrutura do concurso também nos parece bastante adequada: as oito provas que integram a competição apresentam uma grande variedade de temas, atravessando os diferentes domínios da língua portuguesa.

A inclusão de uma equipa com dois elementos de diferentes gerações contribui também para uma dinâmica interessante, favorecendo a troca de conhecimentos entre os participantes mais jovens e os mais experientes.

No entanto, há um aspeto menos positivo que gostaríamos de assinalar: cremos que a avaliação final da prova escrita, baseada na opinião de um convidado, pode ser subjetiva. Uma abordagem mais objetiva, com critérios claros de avaliação, poderia garantir uma análise mais justa e transparente. Além disso, embora seja mencionada a exibição de uma tabela com a classificação de todas as equipas, seria útil incluir informações sobre os critérios de pontuação para garantir transparência e compreensão por parte dos concorrentes e do público. Passamos agora a uma análise detalhada de cada prova.

A prova 1 – Provérbios e gíria juvenil – avalia o conhecimento de provérbios portugueses e a gíria juvenil, ou seja, o vocabulário utilizado pelos jovens em contexto informal.

Universidade Lusófona - Centro Universitário de Lisboa
Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação

Cremos que a avaliação do conhecimento de provérbios portugueses promove a cultura portuguesa e a tradição oral. Contudo, consideramos que a pergunta relacionada com a gíria popular não é adequada ao concurso, na medida em que as palavras apresentadas pertencem ao registo linguístico popular e por isso não devem ser usadas na comunicação diária de uso corrente.

A prova 2 – Liberdade de expressão – avalia o conhecimento de palavras estrangeiras. Sabemos que os estrangeirismos fazem parte do léxico do português (sobretudo os anglicismos), sendo usados na comunicação pessoal e profissional, pelo que a prova nos parece adequada e bastante relevante.

A prova 3 – Sons da língua portuguesa – avalia o conhecimento fonológico e ortográfico dos concorrentes, ou seja, a correspondência entre sons e letras. Julgamos que esta prova incentiva a compreensão dos diferentes sons da língua, contudo, poderá haver outras atividades que avaliam a competência fonológica dos participantes, como por exemplo exercícios de acentuação tónica,

A prova 4 – Onde está o erro? – Promove a correção linguística e o bom uso da língua portuguesa. Nesta prova, os concorrentes ouviam uma frase que continha três erros de pronúncia e tinham de identificar essas incorreções.

A prova 5 – Origem de palavras – testa o conhecimento etimológico das palavras, isto é, a origem das palavras, adicionando uma dimensão histórica à competição. Depois de apresentadas duas palavras e três opções de resposta, cada concorrente tinha de escolher a opção que indicasse a origem da palavra indicada no ecrã.

A prova 6 – Palavras que combinam – avalia a competência sintática dos concorrentes, explorando os diferentes contextos de uso das palavras. Depois de apresentadas duas palavras, cada concorrente tinha de indicar dois diferentes contextos de uso dessa palavra. A sintaxe é a componente da língua que se ocupa das regras que permitem combinar as palavras para produzir frases corretas. Em cada emissão do concurso, poder-se-ia alternar este exercício com outros que promovem o conhecimento sintático. Por exemplo, identificar o sujeito de uma frase; reescrever um texto usando outro tempo verbal, etc.

A prova 7 – Qual é a palavra? – avalia a competência lexical dos concorrentes. Nesta prova, a apresentadora dava uma definição do significado de uma determinada palavra e os concorrentes tinham de indicar qual a palavra que correspondia a essa definição. Em cada emissão do concurso, poder-se-ia alternar este exercício com outros que promovem o conhecimento lexical. Por exemplo, relações semânticas entre palavras, como a sinonímia, a antonímia, família de palavras, criação de palavras complexas a partir de palavras simples, etc.

Na oitava e última prova, a equipa tinha de escrever um texto (uma notícia, um anúncio publicitário, uma instrução, etc.) até cinco linhas, durante dois minutos, sobre o tema indicado pela apresentadora. A prova era avaliada pelo convidado escolhido pela produção do programa. Esta prova promove as competências de expressão escrita e estimula a criatividade. Porém, como se referiu anteriormente, parece-nos que a avaliação feita pelo convidado pode ser subjetiva, levantando questões de imparcialidade. Consideramos que a apresentadora, ou o convidado, deveria fornecer algumas informações sobre os critérios para se ser um escritor competente, explicando com detalhe cada um dos critérios de avaliação do texto, nomeadamente a riqueza do conteúdo do texto, as regras de ortografia e de pontuação, a articulação textual, o tipo de vocabulário usado, etc.

Em suma, o conjunto das oito provas é interessante e diversificado, proporcionando uma experiência abrangente aos participantes, mas julgamos que é importante abordar questões de imparcialidade, para garantir que a competição seja justa para todos os concorrentes.

Globalmente, consideramos que este concurso alcançou com sucesso o seu propósito educativo em promover a leitura, a literacia e a cultura portuguesa. Além disso, a participação de uma equipa constituída por elementos de diferentes gerações proporcionou uma dinâmica envolvente, tornando o concurso bastante cativante.

4.1.4. Síntese dos Resultados

Com base na análise dos dados recolhidos através da grelha de análise, que nos permitiu uma avaliação de cada programa e do respetivo apresentador, formulamos as seguintes considerações finais:

1. Em 66 anos de RTP, existiram apenas sete programas dedicados à língua portuguesa e o primeiro – Crónicas de Bem Dizer– surgiu em 1986, ou seja, 29 anos depois da primeira emissão do canal público.
2. Existe um intervalo de tempo muito significativo entre os diversos programas, nomeadamente entre os dois primeiros e a rubrica Bom Português, que surgiu em 2003.
3. Até à data de conclusão desta investigação, os programas autónomos sobre língua portuguesa são apenas três: Crónicas de Bem Dizer, Falar Português e o Cuidado com a Língua!, representando cerca de 30% do total de programas dedicados à língua portuguesa.
4. Os três programas autónomos enunciados no ponto anterior foram os únicos emitidos em horário nobre.
5. As duas rubricas e os três programas autónomos dedicados à língua portuguesa foram emitidos pela RTP1. À RTP2 coube apenas a transmissão dos dois concursos sobre língua portuguesa. Ou seja, o canal da RTP de cariz mais cultural não emitiu nenhum programa autónomo dedicado à língua portuguesa.
6. Neste momento, na programação da RTP, o único espaço dedicado à língua portuguesa é a rubrica o Bom Português, que tem cerca de dois minutos e cujo objetivo é esclarecer dúvidas linguísticas frequentes, sobretudo sobre ortografia e sintaxe.

7. Tendo pesquisado *online* cada programa sobre língua portuguesa emitido pela RTP, não se encontrou nenhuma informação além da publicada pela própria RTP.
8. O Cuidado com a Língua! foi o único programa reproduzido noutros canais: RTP2, RTP Internacional e RTP África.

4.2. Análise das entrevistas realizadas

Como referimos no capítulo 3 (Metodologias), o nosso desenho metodológico incluiu a realização de entrevistas semiestruturadas a atores relacionados com a temática da nossa investigação, nomeadamente:

1. Responsáveis pelo serviço público de televisão;
2. Provedora do Telespectador;
3. Um representante da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC).

Passamos agora à análise dessas entrevistas, começando pelos responsáveis pelo serviço público de televisão. Importa referir que o diretor da RTP1 e da RTP Internacional, José Fragoso, não se mostrou disponível para responder às perguntas do nosso guião por considerar que são questões demasiado abrangentes e dirigidas à totalidade da empresa, sugerindo que as mesmas fossem respondidas pelo Conselho de Administração da RTP.

4.2.1. Responsáveis pelo serviço público de televisão

Construímos um guião de perguntas dirigidas a um membro da Administração da RTP, Luísa Ribeiro, e a três diretores de canais: Teresa Paixão, Diretora da RTP2, José Arantes, Diretor da RTP África, e João Barreiros, Diretor da RTP Ensina.

A primeira pergunta do nosso guião visava apurar o papel da RTP na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto operador público de televisão. Em resposta a esta pergunta, quer o membro da Administração da RTP, quer os três diretores de canais são unânimes em reconhecer a importância do papel da RTP na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto operador público de televisão.

Universidade Lusófona - Centro Universitário de Lisboa
Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação

Na perspetiva de Luísa Ribeiro, a RTP desempenha um papel crucial na promoção da língua portuguesa, não só pela sua diversidade de meios (televisão linear, rádio e conteúdos *online*), mas também pela sua abrangência geográfica (Portugal e o resto do mundo com os canais internacionais – RTP Internacional, RTP África). Este papel é, na sua ótica, impulsionado por dois fatores principais: a oferta de informações de qualidade e entretenimento em português, com foco em atrair as gerações mais jovens. A responsável destaca também a importância da dobragem de programação infantil em português, permitindo que as crianças tenham acesso a conteúdos na sua língua materna noutras plataformas.

Teresa Paixão, Diretora da RTP2, corrobora a opinião de Luísa Ribeiro, justificando: “do ponto de vista tecnológico, a televisão é um meio que pode fazer chegar a língua a lugares distantes e até quase perdidos. A RTP tem esta missão no seu contrato de serviço público e tem cumprido através da RTP Internacional, RTP África e RTP Play.”

Para José Arantes, Diretor da RTP África, a promoção da língua portuguesa é uma missão central da RTP, refletida no Contrato de Concessão e enraizada na sua longa história. Defende que a RTP Internacional desempenha um papel crucial ao transmitir 24 horas por dia em todo o mundo, facilitando o uso prático do português nas comunidades portuguesas globais e introduzindo a língua nas novas gerações. Acrescenta ainda que a RTP África se concentra na projeção da língua portuguesa e no fortalecimento dos laços com os cinco países africanos que a falam. Segundo o Diretor, o seu papel é fundamental para manter o português como uma língua vibrante e em expansão em várias regiões do continente africano. Sendo o português a primeira língua no hemisfério sul e a terceira na internet, estabelecendo fronteiras linguísticas com outras nove línguas, a RTP África desempenha um papel importante nestes desenvolvimentos.

João Barreiros, Diretor da RTP Ensina, faz também referência ao Contrato de Concessão entre o Estado e a RTP, no qual se estabelece a promoção da cultura e da língua portuguesa como uma das missões da concessionária. “Embora o contrato não detalhe completamente essa responsabilidade, é evidente que a RTP desempenha diversas dimensões nessa tarefa”, refere o diretor, acrescentando: “Além da simples transmissão em português para Portugal e o exterior, a RTP compromete-se a manter uma expressão rigorosa e gramaticalmente correta. Além disso, a emissora produz programas dedicados ao uso da língua, como “Bom Português” e “Cuidado com a Língua”, contando com divulgadores exemplares ao longo de mais de seis décadas, como Vitorino Nemésio, Edite Estrela e Mário Viegas.” João Barreiros conclui a sua

resposta afirmando que a RTP assume uma responsabilidade legal e ética superior em comparação com outros operadores de televisão.

Com a segunda questão, pretendíamos aferir se as iniciativas que a RTP tem tido e as estratégias que tem desenvolvido na promoção da língua portuguesa são suficientes. Teresa Paixão responde afirmativamente à questão, dizendo que a RTP tem tido a preocupação de ter programas em português destinados a diferentes públicos, incluindo alguns que são legendados em outras línguas para facilitar a compreensão. Na sua opinião, isso contribui significativamente para a promoção e preservação da língua.

João Barreiros é da mesma opinião, afirmando o seguinte: “Ao longo de trinta anos de dedicação à empresa, testemunhei diversas iniciativas tanto internas quanto externas destinadas a promover a língua. Internamente, foram implementadas ações como formações oferecidas pelo Centro de Formação da RTP para os interessados, além da adoção obrigatória do Acordo Ortográfico em documentos internos e na comunicação externa”. Contudo, o diretor reconhece que há sempre espaço para mais iniciativas, e essa perspetiva é válida. No entanto, a avaliação do que constitui uma medida adequada é subjetiva e discutível. No seu caso, considera que a RTP vai além da televisão, abrangendo também diversos programas radiofónicos que têm contribuído significativamente para a promoção da língua portuguesa ao longo dos anos.

À mesma questão, Luísa Ribeiro respondeu de forma indireta, referindo que a RTP deixou de receber indemnizações compensatórias para a promoção da língua e cultura portuguesas, dependendo agora do orçamento de programação para financiar os meios destinados à diáspora. Isso resulta em constrangimentos financeiros para investimentos adicionais. Apesar disso, há oportunidades para impulsionar iniciativas com marketing forte na Diáspora, ampliando a visibilidade da língua portuguesa. A digitalização e disponibilização *online* do acervo da RTP, assim como a oferta de conteúdos *online*, são ações consideradas promissoras, apesar das restrições de direitos associadas ao investimento. Essas medidas visam promover conteúdos de qualidade em português para diversas audiências.

José Arantes, por sua vez, é parco na resposta a esta segunda pergunta, afirmando que “é sempre possível fazer mais e a RTP terá aí um papel importante na busca de novas formas de intervenção e de projeção da língua. Estamos muito atentos a esses desenvolvimentos. Em todo o caso, o papel que a RTP tem tido ao longo do tempo, nem sempre bem percebido e compreendido por todos, é um claro motivo de orgulho para todos os que trabalham nesta área.”

À nossa terceira questão “Que outras estratégias e ações concretas poderiam ser desenvolvidas em prol da promoção da língua portuguesa pela RTP, em geral, e pelo canal que dirige, em particular?”, a representante da Administração da RTP referiu-se à colaboração exemplar entre a RTVE e o Instituto Cervantes, com instalações em grandes capitais internacionais em todos os continentes. Salientou que um apoio semelhante do Instituto Camões, com presença direta no terreno e com respaldo do conhecimento das delegações AICEP e da estrutura da diplomacia portuguesa poderia potenciar eventos culturais centrados em conteúdos em português disponibilizados pela RTP.

À mesma pergunta, José Arantes refere que uma estratégia eficaz seria melhorar a distribuição de sinal via cabo, satélite ou emissores terrestres, além da produção de conteúdos de qualidade e excelência técnica. Na qualidade de diretor da RTP África, considera que a promoção do português em África é essencial para a afirmação das soberanias nacionais. Acrescenta ainda que a língua desempenha um papel vital na consolidação das identidades, especialmente em áreas onde as fronteiras linguísticas não estão plenamente estabelecidas com o francês ou o inglês. A expansão da distribuição televisiva, incluindo a RTP África, é fundamental para fortalecer o português.

João Barreiros, por sua vez, mencionou que a criação de manuais de estilo seria muito útil para resolver dúvidas e harmonizar diferentes canais. Na área dos programas, incluindo os relacionados com produção literária, considera adequado o trabalho em curso. Contudo, sugeriu que poderiam aumentar a produção de episódios do "Cuidado com a Língua" ou outros com a mesma qualidade. Em relação à RTP Ensina, apontou limitações práticas e conceituais devido à dependência da oferta recebida. No entanto, observou que estão a ser publicados artigos de apoio, tanto de gramática quanto de literatura, para facilitar a compreensão dos conteúdos dos canais tradicionais. Sublinhou que este projeto tem um impacto significativo nas escolas, que utilizam o portal e os vídeos/textos disponíveis. Assim, salientou a importância de ter especial cuidado com os textos apresentados, algo crucial nas equipas de multimédia da RTP, possivelmente ainda mais.

Teresa Paixão tem uma opinião diferente. Na sua perspetiva, a RTP não pode fazer mais do que garantir o maior número de programas em língua portuguesa, especialmente nas suas antenas internacionais. Quanto ao canal que dirige, explicou que este tem uma missão prioritária diferente, sendo cultural e direcionado para minorias. Nesse contexto, afirmou que o canal deve destacar o que de melhor se faz no mundo, considerando a vasta diversidade linguística existente.

A nossa quarta pergunta procurava saber se as transformações tecnológicas têm afetado a missão do serviço público de promoção da língua portuguesa. Na perspetiva de Teresa Paixão, as mudanças tecnológicas não têm um impacto negativo; antes pelo contrário, são benéficas. A diretora recorda uma época em que os servidores eram em inglês e agora estão em português. Essa transição para a língua portuguesa representa uma melhoria significativa, facilitando a compreensão e o acesso aos servidores. Essa adaptação linguística não só simplifica a interação, mas também valoriza a experiência, tornando-a mais acessível e agradável para os utilizadores.

Luísa Ribeiro, por sua vez, considera que a distribuição *online* de produção em alta-definição é uma estratégia eficaz para aumentar a exposição dos conteúdos da RTP, só possível graças a elevados investimentos em tecnologia. No entanto, tendo em conta que muitas empresas do ramo audiovisual também o fazem, Luísa Ribeiro considera crucial investir mais na marca e no marketing digital para competir num mercado cada vez mais disputado, nomeadamente por grandes operadores de tecnologias de informação com orçamentos incomparavelmente superiores aos da RTP.

João Barreiros referiu-se à necessidade de adaptação às mudanças tecnológicas, destacando que o seu impacto foi limitado na maioria das tarefas. Em particular, a língua falada (TV/rádio) e a legendagem praticamente não sofreram alterações, sendo considerado positivo o uso de corretores ortográficos na legendagem. Referiu que “a multimédia não é algo novo, com os primeiros *sites* da RTP a existirem há duas décadas, e o recurso às redes sociais tem quase a mesma antiguidade. O impacto mais significativo verificou-se no aumento da produção escrita para o digital, frequentemente com maior urgência do que nos meios tradicionais, o que resultou em mais rapidez, trabalho e probabilidade de erro. Nesse contexto, realçou-se a importância de prestar mais atenção, utilizar mecanismos de verificação ativos e proporcionar formação adequada”.

José Arantes respondeu a esta questão referindo que a crescente evolução tecnológica tornou mais fácil e económica a criação e partilha de conteúdos de alta qualidade. De acordo com o diretor da RTP África, esta maior acessibilidade permitiu uma colaboração mais intensa com operadores de diferentes níveis de desenvolvimento, resultando em mais intercâmbio entre as estações públicas. Essa flexibilidade contribui, na opinião de Arantes, para se cumprir de forma mais eficiente um objetivo central do Serviço Público: fornecer a todos os cidadãos, em condições técnicas excelentes, conteúdos de alta qualidade nas áreas da informação e do entretenimento.

Na sequência da quarta pergunta, quisemos apurar com a quinta pergunta se as plataformas digitais são uma ameaça ou uma oportunidade na defesa e promoção da língua portuguesa. A esta pergunta, Luísa Ribeiro respondeu que as plataformas digitais que transmitem vídeos, ao serem obrigadas a investir em conteúdo em português para operar em Portugal e no Brasil, começaram a incluir mais desses programas nos seus canais. Isso fez crescer bastante o mercado e o financiamento para produções independentes em português de Portugal e do Brasil. Além disso, o dinheiro investido por essas plataformas permite uma ambição maior na produção de conteúdos em língua portuguesa, tornando-os mais competitivos em comparação com os conteúdos em inglês, espanhol ou francês, que são mais comuns.

Teresa Paixão considera que as plataformas digitais não representam uma ameaça nem necessariamente uma oportunidade. Elas são, segundo a diretora, um novo meio, assim como a rádio foi há cerca de 100 anos e a televisão há aproximadamente 80 anos. O impacto dessas plataformas depende dos objetivos daqueles que as dirigem. Até agora, na sua perspetiva, “têm sido um meio excelente, proporcionando uma nova maneira de distribuir e consumir conteúdo e oferecendo oportunidades para diversificação e alcance de audiências mais amplas”.

Para João Barreiros as plataformas digitais são meios de difusão da língua portuguesa. Segundo o diretor: “não há dúvida de que as novas gerações estão a ler muito mais do que as anteriores. Embora não o façam da mesma forma, estão, de facto, a ler. Têm contacto com a língua, sendo menos produtoras e mais difusoras. Através do digital, temos um acesso mais amplo a outras línguas, mas também a utilizações diferenciadas, porém corretas, da língua portuguesa. Qualquer expressão do Brasil que desconheçamos pode ser facilmente decifrada através da internet. Esta maior compreensão mútua faz de nós utilizadores mais ricos da língua portuguesa.”

Para José Abrantes, as plataformas digitais representam uma séria ameaça para os canais de televisão que optam por permanecer imóveis, mas também oferecem uma oportunidade extraordinária para aqueles que se mostram mais dinâmicos, propensos ao risco e à mudança. Na sua opinião, difundir conteúdos televisivos atualmente tornou-se mais fácil, rápido e económico, graças à ajuda substancial das plataformas digitais. Para cumprir a missão de promover e consolidar a língua, é crucial abraçar este desafio, liderando os processos de inovação nesta nova era digital.

Finalmente, perguntou-se a cada diretor qual o programa que destacaria de entre os que até hoje aconteceram sobre a promoção da língua portuguesa por parte da RTP.

José Arantes destacou os programas *Charlas Linguísticas*⁶ do padre Raul Machado, o “Falar Português”, o “Cuidado com a Língua” e a rubrica “Agora, o português”. Referiu que a promoção da língua portuguesa é feita sobretudo através do seu uso formalmente correto, seja no Telejornal, num relato de futebol ou num programa de variedades e entretenimento.

Luísa Ribeiro, Teresa Paixão e João Barreiros têm uma opinião diferente de José Arantes, não destacando nenhum programa em particular, mencionando que todos os programas em português que a RTP emite contribuem para a promoção da língua portuguesa.

4.2.2. Provedora do Telespectador

Construímos um guião específico para a Provedora do Telespectador, com quatro perguntas. A primeira pergunta tinha por objetivo saber se a RTP tem cumprido o papel que lhe é atribuído no âmbito da promoção da língua portuguesa, enquanto operador público de televisão e tendo em conta o contrato de concessão assinado entre a RTP e o Estado.

Em resposta a esta pergunta, Ana Sousa Dias refere que a RTP poderia dar um contributo mais significativo. Isso incluiria investir na formação dos seus colaboradores, especialmente dos jornalistas e de todos os que têm contacto com o público. Além disso, seria benéfico organizar programas que esclareçam e corrijam dúvidas e erros comuns na língua. Conclui a sua resposta referindo que, atualmente, na programação televisiva, existe apenas uma rubrica dedicada à defesa da língua.

Com a segunda questão, pretendíamos saber qual o papel do Provedor na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto órgão de autorregulação. Ana Sousa Dias respondeu a esta questão referindo que acompanha de perto a programação, identificando erros e falhas e que os comunica de imediato aos responsáveis nos diversos setores. No entanto, enquanto intermediária dos telespectadores, mencionou que recebe muitas queixas relacionadas com erros linguísticos de vária ordem. Muitas dessas queixas estão associadas aos textos de rodapé, que são redigidos sob pressão e, portanto, sem revisão prévia dos editores. A Provedora mencionou ainda a existência de “queixosos frequentes”, indicando que o

⁶ Programa da autoria do padre Raul Machado, dedicado à vida e obra lírica do poeta Luís Vaz de Camões. Por não ser focado na língua portuguesa, não consta do *corpus* analisado.

número de telespectadores que lhe enviam observações sobre erros de português não é muito elevado.

A terceira pergunta procurava apurar quais as ações concretas que têm sido desenvolvidas para solucionar os problemas apresentados nessas queixas, com base na análise dos relatórios de 2017, 2018 e 2019. Nestes relatórios, existem muitas queixas recebidas pelo Gabinete de Apoio aos Provedores (GAPTV) que dizem respeito ao mau uso da língua portuguesa na RTP.

Ana Sousa Dias referiu que recebe regularmente queixas sobre o mau uso da língua portuguesa pela RTP e que as reencaminha para os respetivos diretores de canal. O primeiro programa "Voz do Cidadão", produzido no seu mandato enquanto Provedora, foi dedicado à língua portuguesa. Acrescentou que tem a intenção de produzir mais programas sobre o tema. Além disso, pretende fazer recomendações aos responsáveis da RTP, não tendo especificado quais.

A quarta e última pergunta era a seguinte: "Com base nas recomendações do ex-Provedor do telespectador, Jorge Wemans, descritas nos relatórios de 2017, 2018 e 2019, listam-se abaixo as suas principais propostas para fazer face ao desagrado recorrente dos telespectadores sobre o mau uso da língua portuguesa na RTP:

- (a) Criar mecanismos internos que permitam melhorar a qualidade do que se diz e escreve em todos os canais da RTP.
- (b) Criar, de forma permanente, um maior número de programas centrados sobre a língua portuguesa.
- (c) Desenvolver sessões frequentes envolvendo jornalistas, apresentadores e outros trabalhadores da RTP no sentido de se erradicarem os erros mais frequentes da língua portuguesa.
- (d) Chamar a atenção de todos os profissionais da RTP para a forma correta de utilizar, pronunciar e grafar as palavras da língua portuguesa.

Estas propostas passaram à prática? Se sim, quais; se não, porquê?"

Em resposta a esta última questão, Ana Sousa Dias considera que as recomendações do anterior Provedor não foram seguidas. Admitiu não ter conhecimento dos motivos para a falta de implementação dessas medidas, mas mencionou que adota todas as indicações dadas por Jorge Wemans sobre o assunto. Afirmou que continua a envidar todos os esforços por esta causa, que considera essencial. E acrescentou que deveria haver uma maior atenção à língua portuguesa desde o início do processo de recrutamento de novos profissionais para a empresa, sobretudo na área da informação.

4.2.3. Um representante da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Construímos um guião com sete perguntas específicas para a representante da ERC. A primeira pergunta visava apurar se é função da ERC realizar auditorias às empresas concessionárias dos serviços públicos de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão.

Joana Duarte, diretora da supervisão da ERC, respondeu a esta questão, referindo que o Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, de acordo com o artigo 24.º, n.º 3, alínea n) dos seus Estatutos, que foram aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, está incumbido de "promover a realização e a subsequente publicação integral de auditorias anuais às empresas concessionárias dos serviços públicos de rádio e de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão". A condução da auditoria é confiada a uma empresa externa, com o propósito de verificar o cumprimento das obrigações estipuladas pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, assinado em 6 de março de 2015 (CCSPRT). Isso inclui a avaliação específica do cumprimento das obrigações estabelecidas pelo CCSPRT, a execução da missão de serviço público nos termos concedidos, a transparência e proporcionalidade dos fluxos financeiros associados e a conformidade da atuação da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP) com as melhores práticas de mercado (regulado também no artigo 57.º, n.º 7 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido - LTSAP). Após analisar os relatórios resultantes dessas auditorias, o Conselho Regulador emite recomendações à RTP com base nas conclusões apresentadas.

A segunda pergunta procurava saber se a RTP, enquanto operador de serviço público, está sujeita ao cumprimento de quotas anuais de difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa.

Em resposta a esta questão, Joana Duarte refere que a RTP, assim como as outras emissoras de televisão sob jurisdição nacional, está obrigada a cumprir quotas anuais de transmissão de programas originalmente em língua portuguesa e de obras criativas de produção nacional em língua portuguesa, assim como obras de produção europeia e independente. Essas obrigações estão estabelecidas nos artigos 44.º a 46.º da LTSAP. Além disso, o serviço público de televisão, conforme definido no artigo 51.º, n.º2, alíneas g) e seguintes, tem as seguintes responsabilidades: g) Promover a transmissão de programas em língua portuguesa, de diversos géneros, e reservar uma

parte significativa do seu tempo de emissão para a produção europeia, devendo dedicar a estes programas percentagens superiores às exigidas por lei para todas as emissoras de televisão, tendo em conta a missão específica de cada serviço de programas; h) Apoiar a produção nacional de obras cinematográficas e audiovisuais, respeitando os compromissos internacionais do Estado Português e incentivando a coprodução com outros países, especialmente europeus e da comunidade de língua portuguesa; i) Transmitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua oficial portuguesa que também residam fora de Portugal.

A terceira pergunta visava aferir se é função da ERC avaliar o cumprimento dessas obrigações, qual a periodicidade dessa avaliação e quais as implicações no caso de incumprimento. Em resposta a esta pergunta, a diretora da supervisão da ERC mencionou o artigo 49.º da LTSAP, que trata do "Dever de informação", os operadores de televisão têm a obrigação de fornecer trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social todos os elementos necessários para que esta possa fiscalizar o cumprimento das obrigações mencionadas anteriormente. O cumprimento dessas obrigações é avaliado anualmente, conforme estipulado no artigo 47.º da mesma lei, considerando o seguinte:

1. O cumprimento das obrigações descritas nos artigos 44.º a 46.º é avaliado anualmente, levando em consideração a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos e as responsabilidades do operador em termos de informação, educação, cultura e entretenimento, quando aplicável.

2. Os relatórios dessa avaliação, incluindo as conclusões correspondentes, são tornados públicos no site da Entidade Reguladora para a Comunicação Social até 30 de junho do ano seguinte ao que se refere.

O artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da LTSAP estipula que a não observância do disposto nos n.ºs 1 a 3 do artigo 44.º constitui uma contraordenação grave, sujeita a uma multa entre 20.000 euros e 150.000 euros. A instrução dos processos de contraordenação previstos na Lei da Televisão é da responsabilidade da ERC, conforme previsto no n.º 2 do artigo 93.º do mesmo diploma. Joana Duarte refere ainda que foram instaurados dois processos de contraordenação contra a RTP, devido ao não cumprimento dos n.ºs 1 a 3 dos artigos 44.º e 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão. A justificação baseia-se no não cumprimento das percentagens dedicadas à transmissão de programas em língua portuguesa e de obras criativas em língua portuguesa nos anos de 2020 e 2021, no serviço de programas RTP2 (Deliberação

ERC/2021/30 (OUT-TV), de 28 de janeiro, e Deliberação ERC/2022/56 (OUT-TV), de 16 de fevereiro).

Com a quarta pergunta, procurávamos saber se a RTP está obrigada a prestar à ERC todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento dessas obrigações. A esta questão, Joana Duarte afirma que: “Tal como descrito na questão anterior e por força do artigo 49.º da LTSAP, a RTP e demais operadores, prestam informação trimestral à ERC, de acordo com um modelo definido em conjunto com os operadores de televisão, que submetem no Portal TV/ERC para fiscalização anual da difusão de obras audiovisuais”.

A quinta pergunta do nosso guião visava apurar se é função da ERC avaliar o uso correto e eficaz da língua portuguesa por parte da RTP, nos seus diferentes canais de televisão? Joana Duarte respondeu que, dentro deste contexto, a ERC pode analisar e, se necessário, aplicar sanções em casos que violem o artigo 27.º da LTSAP, relacionado com os limites à liberdade de programação. Isso ocorre principalmente quando o uso inadequado da língua portuguesa pode entrar em conflito com os parágrafos 3 e 4 da LTSAP: "4 - A transmissão televisiva de quaisquer outros programas que possam influenciar de forma negativa na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada pela exibição permanente de uma identificação visual apropriada e só pode ocorrer entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas. 5 - A transmissão televisiva de quaisquer outros programas que possam influenciar de forma negativa na formação da personalidade de crianças e jovens deve ser acompanhada pela exibição permanente de uma identificação visual apropriada e só pode ocorrer entre as 24 horas e as 6 horas."

A sexta pergunta visava aferir se a ERC costuma receber queixas dos telespectadores da RTP sobre o mau uso da língua portuguesa? Joana Duarte respondeu que “Normalmente essas participações são dirigidas ao Provedor/a do telespectador da RTP. Pontualmente a ERC analisa participações nesta matéria que se inscrevam no âmbito do artigo 27.º da LTSAP”.

Finalmente, com a sétima pergunta, procurávamos saber se em relação aos programas da RTP sobre língua portuguesa Cuidado com a Língua, Bom Português e Voz do Cidadão, a ERC costuma receber algum contacto do público, com comentários, sugestões, elogios ou reclamações? Joana Duarte responde que a ERC não recebe habitualmente este tipo de observações, propostas ou elogios relativamente a esses programas específicos. Os telespectadores costumam dirigir esses tipos de comentários mais diretamente à RTP, possivelmente porque a própria emissora fornece

endereços de e-mail e outras formas de contacto, incentivando os espetadores a apresentar as suas opiniões e fazer diligências diretamente junto da RTP.

4.3. Cruzamento da análise dos programas com os resultados das entrevistas

De que forma é que a RTP promove a língua portuguesa? Esta é a pergunta central à qual pretendemos dar resposta com este trabalho de investigação.

Todos os responsáveis pelo serviço público de televisão entrevistados são unânimes em reconhecer a importância do papel da RTP na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto operador público de televisão.

Contudo, com base na análise das entrevistas realizadas, verificámos que é dada mais ênfase à programação em língua portuguesa do que a programas específicos sobre língua portuguesa. Esta discrepância é visível pelo número reduzido de programas sobre língua portuguesa emitidos pela RTP ao longo da sua história.

A partir da nossa análise de conteúdo, constatámos que em 66 anos de RTP, existiram apenas sete programas dedicados especificamente à língua portuguesa e o primeiro surgiu 29 anos depois da primeira emissão do canal público. Além disso, existem intervalos de tempo muito significativos entre os diversos programas. Se entre os primeiros dois, *Crónicas de Bem Dizer* (1986) e *Falar Português* (1989) distam três anos, o maior hiato regista-se do segundo para o terceiro programa identificado. São precisos 14 anos para a RTP voltar a apostar num espaço exclusivamente dedicado à língua portuguesa: o *Bom Português*, em 2003. Desta vez, contudo, não estamos perante um programa autónomo, mas sim uma curta rubrica de cerca de dois minutos, inserida nas manhãs informativas e reduzida ao esclarecimento de dúvidas linguísticas.

O programa *Cuidado com a Língua!* surgiu três anos depois, em 2006, mas teve vários interregnos ao longo da sua emissão. Passados quatro anos, a RTP lança o primeiro concurso em torno da língua portuguesa, o *Fala Escreve Acerta Ganha*, em 2010. Em 2016, surge a rubrica *Agora, o português* inserida no programa *Agora Nós*. O concurso *Falar, Falar Bem, Falar Melhor* surge em 2021, dois anos depois do fim da emissão do *Cuidado com a Língua!*, que durou 13 anos.

Relativamente à duração de cada programa, os mais breves são a rubrica *Bom Português*, com cerca de dois minutos, e o *Falar Português*, com cerca de cinco minutos. A rubrica *Agora, o português* e o programa *Cuidado com a Língua!* têm a duração aproximada de 15 minutos. O programa *Crónicas de Bem Dizer* e o concurso *Fala Escreve Acerta Ganha* duram entre 15 a 30 minutos. O programa mais longo é o concurso semanal *Falar, Falar bem, Falar Melhor*, com aproximadamente 40 minutos.

O único espaço dedicado à língua portuguesa atualmente na programação da RTP é a rubrica *Bom Português*, que tem cerca de dois minutos e se mantém em antena

há 20 anos. Mas apesar desta escassez programática identificada na nossa investigação, os responsáveis entrevistados apontam outros caminhos trilhados pela RTP na promoção da língua portuguesa.

Para José Arantes, Diretor da RTP África, essa promoção acontece através do uso formalmente correto da língua portuguesa em programas informativos, de variedades e de entretenimento. Na opinião de Teresa Paixão, Diretora da RTP2, a língua portuguesa não se promove apenas com a emissão de programas sobre língua portuguesa, referindo que a língua inglesa foi promovida no mundo inteiro através do cinema, música e publicidade. E à pergunta “que outras estratégias poderiam ser desenvolvidas para a promoção da língua portuguesa pela RTP, em geral, e pelo canal que dirige, em particular”, a Diretora da RTP2 respondeu de forma perentória: “A RTP não pode fazer mais do que ter o maior número de programas em língua portuguesa sobretudo nas suas antenas internacionais. Quanto ao canal que dirijo é um canal cuja missão prioritária não é essa, o canal é cultural e para minorias e por isso deve mostrar o que de melhor se faz no mundo com uma enorme diversidade linguística.”

Com base na nossa análise de conteúdo, verificamos que à RTP2 coube única e exclusivamente a transmissão dos dois concursos sobre língua portuguesa. Ou seja, o canal da RTP de cariz mais cultural não emitiu um único programa autónomo dedicado à língua portuguesa.

Luísa Ribeiro, membro da Administração da RTP reconhece que a RTP tem tido diversas iniciativas internas e externas destinadas a promover a língua, mas não refere explicitamente que essa promoção deve ser feita através de programas específicos sobre língua portuguesa.

Constatamos duas notáveis exceções a estas perspetivas. A primeira exceção corresponde a João Barreiros, Diretor da RTP Ensina, que menciona expressamente a importância de a RTP ter mais programas sobre o uso da língua e em diferentes formatos. E dá como exemplos o Bom Português e Cuidado com a Língua!, sugerindo a continuidade deste último. A segunda exceção corresponde à senhora Provedora do Telespectador, que representa os telespectadores e reconhece que a RTP poderia contribuir de forma mais significativa para a promoção da língua portuguesa, dando vários exemplos de iniciativas: o investimento na formação dos seus colaboradores, especialmente dos pivôs e jornalistas e a criação de programas que esclareçam dúvidas e corrijam erros comuns na língua. Conclui, recordando que na programação atual da RTP existe apenas uma rubrica dedicada à língua portuguesa. Trata-se da rubrica Bom Português, que tem cerca de dois minutos e cujo objetivo é esclarecer dúvidas linguísticas frequentes, sobretudo sobre ortografia e sintaxe.

A partir da nossa análise de conteúdo, identificámos apenas três programas autónomos sobre língua portuguesa, tendo sido os únicos emitidos em horário nobre. Em suma, sete programas em 66 anos, três programas autónomos e uma única rubrica em antena são fortes indicadores de que a língua portuguesa não é efetivamente uma prioridade para a RTP.

CONCLUSÕES

Este trabalho de investigação teve como principal objetivo compreender o papel da televisão pública na promoção da língua portuguesa. Com base na análise de conteúdo e na análise das entrevistas realizadas, formulámos as seguintes conclusões:

1. O número de programas dedicados à língua portuguesa emitidos pela RTP ao longo da sua história é quase residual. Identificámos apenas sete programas em 66 anos de RTP.
2. O primeiro programa surgiu 29 anos depois da primeira emissão do canal público, oferecendo uma abordagem demasiado erudita aos temas em debate e usando uma linguagem pouco acessível aos telespectadores que não dominam a terminologia linguística.
3. O intervalo de tempo entre os diversos programas é muito significativo, nomeadamente entre os dois primeiros e a rubrica Bom Português, que surgiu em 2003.
4. Identificámos apenas três programas autónomos sobre língua portuguesa: Crónicas de Bem Dizer, Falar Português e o Cuidado com a Língua!, tendo sido os únicos programas emitidos em horário nobre.
5. As duas rubricas e os três programas autónomos dedicados à língua portuguesa foram emitidos pela RTP1. À RTP2 coube apenas a transmissão dos dois concursos sobre língua portuguesa. Ou seja, o canal da RTP de cariz mais cultural não emitiu nenhum programa autónomo sobre língua portuguesa.
6. Tendo pesquisado *online* cada programa sobre língua portuguesa emitido pela RTP, não se encontrou nenhuma informação além da publicada pela própria RTP. Ou seja, nenhum programa recebeu visibilidade mediática.

7. Até à data de conclusão desta investigação, o único espaço dedicado à língua portuguesa na programação da RTP é a rubrica Bom Português, que tem cerca de dois minutos e cujo objetivo é esclarecer dúvidas linguísticas frequentes, sobretudo sobre ortografia e sintaxe.
8. À exceção da Provedora do Telespectador, todos os responsáveis pelo serviço público de televisão entrevistados consideram que a RTP tem cumprido o papel que lhe é atribuído no âmbito da promoção da língua portuguesa, enquanto operador de serviço público.

Os resultados desta investigação revelam uma grande falta de valorização da língua portuguesa *per se*, por parte do canal público de televisão. A ausência de uma promoção clara, direta e ativa da língua portuguesa na RTP tem naturalmente implicações diversas para o seu público, sobretudo para as camadas mais jovens, em processo de aprendizagem. Tendo em conta a função educativa, cultural e de responsabilidade social da RTP, enquanto serviço público de televisão, seria crucial reforçar o compromisso com a língua.

Para cumprir de forma mais efetiva o consagrado no contrato de concessão, no que diz respeito à promoção da língua portuguesa e tendo em conta a investigação realizada, deixamos as seguintes recomendações de melhoria:

1. Dar continuidade ao programa Cuidado com a Língua!, pela riqueza e diversidade de conteúdos temáticos, pelo seu formato criativo e pela apresentação cativante e inovadora. Ou, em alternativa, pensar um novo formato com características e objetivos idênticos.
2. Substituir, na rubrica Bom Português, a narração em voz *off* pela presença física de um apresentador especializado em linguística. Este apresentador, preferencialmente um linguista experiente, teria a responsabilidade de fornecer os esclarecimentos linguísticos de forma clara, rigorosa e cativante. Um linguista especializado transmitiria uma imagem de autoridade e confiança, agregando valor à qualidade da rubrica. Além desta inovação, poder-se-ia incluir um espaço no qual os telespectadores são convidados a enviar as suas dúvidas linguísticas. O apresentador teria oportunidade de as esclarecer na emissão seguinte. Este novo espaço tornaria a rubrica mais dinâmica e inovadora, aumentando o envolvimento do público.

3. Criar uma rubrica dedicada ao novo Acordo Ortográfico que respondesse a estas e outras questões:
 - Quais os principais objetivos do Acordo Ortográfico de 1990?
 - O novo Acordo Ortográfico visou pôr fim às diferenças linguísticas entre o português europeu e o português do Brasil?
 - Quais as implicações políticas da implementação deste Acordo?
 - Quais são as principais alterações do novo Acordo Ortográfico face ao Acordo de 1945?
 - Que recursos existem para o apoio à implementação do Acordo Ortográfico?
4. Criar um programa sobre política de língua, que esclarecesse as decisões políticas relacionadas com a língua, como por exemplo as reformas ortográficas. Um programa sobre política de língua teria um papel significativo na educação cívica, na promoção da diversidade cultural e na criação de um espaço para debates relevantes sobre o papel da língua na sociedade.

Limitações e próximos passos da investigação

Uma das grandes limitações deste estudo prende-se com o número reduzido de programas encontrados na RTP, o que limitou a análise comparativa dos resultados. Além disso, as respostas de José Fragoso, Diretor da RTP1 e da RTP Internacional, poderiam ter enriquecido a análise dos dados, caso tivesse acedido a ser entrevistado.

Ao explorar os arquivos da RTP para identificar programas dedicados à língua portuguesa, foi surpreendente constatar que o número de programas é bastante reduzido, tendo em conta os 66 anos de história da RTP. Se o *corpus* fosse alargado a programas de literatura e cultura portuguesa, o número de programas seria significativamente superior. A título de exemplo, destacam-se os programas Charlas Linguísticas, da autoria do padre Raul Machado; Todas as Palavras, apresentado por Ana Daniela Soares; Quem conta um conto, apresentado pelos escritores Mário Zambujal e Rita Ferro; Literatura sem Gravata, da autoria de Álvaro Manuel Machado; Literatura Aqui; Vultos da Cultura Portuguesa, entre outros. No entanto, estes programas não foram considerados por estarem fora do campo de análise deste trabalho.

Uma investigação posterior e mais abrangente poderá incluir, assim, programas de literatura e cultura portuguesa, para além dos estritamente dedicados à língua portuguesa. Isso tornaria possível compreender, dentro dessa programação mais abrangente, que espaços dentro desses programas seriam consagrados à promoção da língua portuguesa.

Seria interessante, também, numa investigação futura, fazer uma análise do conteúdo dos relatórios do Provedor do telespectador dos últimos anos, observando a correspondência enviada pelos telespectadores e analisando com especial atenção as queixas relacionadas com o uso da língua portuguesa. Esta análise permitiria compreender se o Provedor tem respondido de forma eficaz a um público que se preocupa e valoriza o bom uso da língua portuguesa pela estação de serviço público. Seria interessante incluir, ainda, numa futura investigação, estudos de receção, a fim de perceber como tem a RTP respondido e se relacionado com o novo modelo de público, cada vez mais participativo, exigente e presente no campo mediático.

Finalmente, considerando a crescente preferência pelo consumo *online* de conteúdos e o facto de o serviço público de televisão ser cada vez mais substituído pelas plataformas digitais, seria relevante perceber quais são os principais desafios que se colocam hoje à RTP, nomeadamente a sua transição para um serviço público de *media*.

Considerações finais

Em resposta à nossa pergunta de partida, «considerando a função de serviço público de televisão em Portugal e o contrato de concessão assinado entre a RTP e o Estado português, qual o papel da televisão pública na promoção da língua portuguesa?» e com base na análise dos dados (os programas sobre língua portuguesa e as entrevistas), concluímos que a RTP tem um longo caminho a percorrer para desenvolver o papel que lhe é atribuído no âmbito da promoção da língua portuguesa, enquanto operador de serviço público.

A RTP pode desempenhar um papel crucial na defesa e na promoção da língua e cultura portuguesa, não só pela sua diversidade de meios (televisão linear, rádio e conteúdos *online*), mas também pela sua abrangência geográfica (Portugal e o resto do mundo com os canais internacionais – RTP Internacional, RTP África – com cinco delegações nos países africanos de expressão portuguesa). Este papel é definido no contrato de concessão entre a RTP e o Estado português, como, de resto, se tem referido ao longo deste trabalho.

As obrigações legais expressas nesse contrato de concessão exigem que a RTP seja uma referência e um verdadeiro modelo do serviço público de televisão em Portugal, mantendo-se fiel ao seu propósito, acima de todas as exigências dos mercados. Além disso, o público espera que a RTP ofereça programas de elevada qualidade, com uma perspetiva informativa, educativa, cultural e que contribua para uma sociedade mais culta e mais bem informada.

Tendo a televisão pública a obrigatoriedade de contribuir para a promoção da língua portuguesa, consideramos que esse objetivo seria cumprido se a língua portuguesa tivesse um espaço permanente, em horário nobre, em pelo menos um canal da RTP.

REFERÊNCIAS

- Baldinger, K. (1972). *La Formación de los dominios lingüísticos en la Península Ibérica*. Editorial Gredos.
- Banning, S.A. and R. Coleman (2009). Louder than words, A Content Analysis of Presidential Candidates' Televised Nonverbal Communication. *Visual Communication Quarterly* (Vol. 16).
- Banza & Gonçalves (2018). *Roteiro de História da língua portuguesa*. Universidade de Évora.
- Bardin, L. (2009). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Barker, C. (1999). *Television, Globalization and Cultural Identities*. Buckingham: Open University Press.
- Barnett, S. (2010). *Can the Public Service Broadcaster Survive? Renewal and Compromise in the New BBC Charter*. In "Lowe, G. (ed.) (2010). *The Public in Public Service Media*. University of Gothenburg.
- Bauer, M. & Gaskell, G. (Org.). (2012). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. RJ: Vozes.
- Bechara, E. (1999). *Moderna Gramática Portuguesa*. Livresiros Escolares.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2004). *Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno*. Editora Vozes.
- Berger, A. (2000). *Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. Sage.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Doubleday.
- Bignell & Fickers (eds.) (2008). *A European Television History*. Department of Film, Theatre & Television. University of Reading, Great Britain.
- Blumer, J. (1993), *Television e Interes Publico*. Bosch Comunicacion.
- Bonner, F. (2003). *Ordinary Television*. Sage.
- Born, G. & Prosser, T. (2001). *Culture and Consumerism: citizenship, public service broadcasting and the BBC's fair-trading obligations*. The modern law review, 64 (5).
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Celta Editora.
- Bourdon, J. (2000). *Live television is still alive: on television as an unfulfilled promise*. *Media Culture Society* 22.

- Brandão, N. (2006). *Prime time*. Casa das letras.
- Cádima, F. (2011). *A televisão, o digital e a cultura participativa*. Media XXI.
- Cádima, F. (2006). *A televisão 'light' rumo ao digital*. Media XXI.
- Cádima, F. (2002). “Televisão, Serviço Público e Qualidade”, *OBERCOM –Observatório da Comunicação, Os Media na era digital*, Revista 1.
- Camponex, J. C. (2009). *Fundamentos de Deontologia do Jornalismo*. Dissertação de Doutoramento. Universidade de Coimbra.
- Camps, V. (2004). Instituciones, agencias y mecanismos de supervisión mediática. In J.C.y.V. Gozávez (Ed.), *Ética de los Medios - Una Apuesta por la Ciudadanía Audiovisual* (pp. 233-251). Editorial Gedisa.
- Cardeira, E. (2006). *O Essencial sobre a História do Português*. Caminho.
- Cardoso, G. et al. (2009). *Do quarto de dormir para o mundo: Jovens e media em Portugal*. Âncora Editora.
- Carvalho, A. et al. (2012). *Direito da Comunicação Social*, 3ª Edição. Texto Editores.
- Castro, I. (2004). *Introdução à história do português*. Ed. Colibri.
- Castro, I. (2002). “O Linguista e a Fixação da Norma”. Em: Mendes e Freitas (orgs.). *Actas do XVIII Encontro Nacional da Associação Portuguesa de Linguística: APL.*, 11-24.
- Castro, I. (1991). *Curso de História da língua portuguesa*: Universidade Aberta.
- Cohen, D. & Crabtree, B (2006). *Semi-structured Interviews*. Robert Wood Johnson Foundation.
- Collins, R. (2002). “*The contemporary broadcasting market and the role of the public service broadcaster. A view from the UK*”.
- Collins, R. et. al. (2001). *Public Service Broadcasting Beyond 2000: is there a future for public service broadcasting?*. Canadian Journal of Communication, Vol. 26, No. 1, pp. 3-15. ELLIS, John.
- Cooper, K., & Whit, R. E. (2012). *Qualitative research in the post-modern era: Contexts of qualitative research*. Springer.
- Corner, J. (2003). *Finding Data, reading patterns, telling stories: issues in the historiography of television*. Media, Culture and Society 25.
- Coseriu, E. (1979). “Sistema, Norma e Fala”. In: *Teoria da linguagem e linguística Geral*. SP: Presença/USP.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). Data Colonialism: Rethinking Big Data’s Relation to the Contemporary Subject. *Television & New Media*, 20(4).

Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The Mediated Construction of Reality*. John Wiley & Sons.

Couldry, N. (2008). *Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling*. *New Media & Society* 10(3).

Creswell, J. (2007). *Qualitativ inquiry & research design: Chosing among five approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Cunha, C. & Cintra, L. (1989). *Breve Gramática do Português Contemporâneo*. 3.^a ed. Sá da Costa.

De Valck, M. & Teurlings, J. (eds.) (2013). *After the Break. Television Theory Today*. Amsterdam University Press.

Dynel, M. (2011). Turning speaker meaning on its head: Non-verbal communication and intended meanings. *Pragmatics & Cognition* . Vol 19 (Iss 3).

Doyle, G. (2015). *Resistance of channels: television distribution in the multiplatform era*. *Telematics and Informatics*, 33(2).

Doyle, G. (2010). *From Television to Multi-Platform: Less from More or More for Less? Convergence: The International Journal of Research in New Media Technologies*. Vol. 16.

Duarte, I. (2002). "A Língua Portuguesa e a sua variedade europeia". In Mateus, M.H. (coord.) *As línguas da Península Ibérica*. Edições Colibri.

Duarte, I. (2000). *Língua Portuguesa: Instrumentos de Análise*. Universidade Aberta.

Enli, S. (2011). *Dancing with the audience: Administrating vote-ins in public and commercial broadcasting*. *Media, Culture & Society*, vol. 33, 6.

Enli, S. (2008). *Redefining Public Service Broadcasting: Multi-Platform Participation*. *Convergence: The International Journal of Research in New Media Technologies*, vol. 14.

Fidalgo, J. (2003), "De que é que se fala quando se fala em Serviço público de televisão?", Pinto, M. & Sousa, H. (coord.), *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*: Instituto Ciências Sociais/Universidade do Minho.

Fickers, A. & Lommers, S. (2008). *Eventing Europe: Broadcasting and the mediated performances of Europe*. In: A. Badenoch & A. Fickers (eds.).

Flick, U. (2005). *Métodos qualitativos na investigação científica*. Monitor.

Gunter, B. (2002). "The quantitative research process". In *Handbook of Media & Communication Research*.

Hailin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.

Hartley, P. (1999). *Interpersonal communication*. Routledge.

- Hastie, P. & Hay, P. (2012). Qualitative approaches. In K. Armour & D. Macdonald (Eds.), *Research methods in physical education and youth sport*.
- Hickethier, K. (2008). *Early TV. Imagining and realising television*. Bignell & Fickers (eds.) (2008). *A European Television History*. Department of Film, Theatre & Television. University of Reading.
- Gavela, A. (2017). *Autorregulação dos Media em Portugal e Estudo de Casos – O que acontece a quem não cumpre o Código Deontológico/Estatuto do Jornalista?* Media XXI.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge, Chapman and Hall.
- Jenkins, H (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.
- Knapp, M.L & J.A Hall (2009). *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Cengage Learning.
- Lange, A. (2001). *Le miroir magique. La vision à distance par le biais de l'électricité à la fin du XIXème siècle et l'historiographie des origines de la télévision*. Recherches en communication 14.
- Larsen, H. (2011). *Public Service Broadcasting as an Object for Cultural Policy in Norway and Sweden. A Policy Tool and an End in Itself*. Nordicom Review 32 (2011) 2.
- Larsen, H. (2014), "The Legitimacy of Public Service Broadcasting in the 21st Century". *Nordicom Review*, 35.
- Livingstone, S. (2004). *The Challenge of Changing Audiences Or, What is the Audience Researcher to do in the Age of the Internet?*". *European Journal of Communication*.
- Lopes, F. (2008). *A TV do Real*. Minerva.
- Lopes, F. (1999). *O Telejornal e o Serviço Público*. Minerva.
- Lowe, G. (ed.) (2010). *The Public in Public Service Media*. Nordicom, University of Gothenburg.
- Lowe, G. & Bardoel, J. (eds.) (2007). *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. Göteborg University.
- Makodia, V.V. (2009). *Role of Body Language in Communication*. Jaipur: Global Media.
- Mateus M. H. et al. (2003). *Gramática da Língua Portuguesa*. Editorial Caminho.
- McLuhan, M. (1991). *Media, Culture and Society* (SAGE, London), Vol. 13, 71-90.
- McLuhan, M. (1967). *Understanding Media. The extensions of man*. London and New Work.

- McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory* (4ª edição). Sage Publications.
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*, Sage Publications.
- McQuail, D. & Windahl, S. (1993). *Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas*. Editorial Notícias.
- Medeiros, C. (1992). "Difusão geográfica da língua portuguesa". In Ferronha, A. (coord.) *Atlas da língua portuguesa na História e no Mundo*. Lisboa: INCM, Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimentos Portugueses e União Latina.
- Mehrabian, A., & Wiener, M. (1967). Decoding of inconsistent communications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6(1).
- Minayo, M.C.S. (2017). Limits and possibilities to combine quantitative and qualitative approaches. In S, Oflazoglu. (Org.). *Qualitative versus quantitative research*. (pp. 88-99). Croacia: Intech.
- Morley, D. (1993). *Television, Audiences and Cultural Studies*. Routledge.
- Neuman, W. (2007). *Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson.
- Nogueira, L. (2010). *Planificação e Montagem*. Manuais de Cinema. Livros LabCom.
- Norris, P. & Pauling, B. (2005). *Public Broadcasting in the Digital Age: Issues for New Zealand*. Wellington: New Zealand On Air.
- Nunes, J. (1989). *Compêndio de Gramática Histórica Portuguesa*. Clássica Editora.
- Pollock, T. (2022). "The Difference Between Structured, Unstructured & Semi-Structured Interviews," Oliverparks
- Purdy, L. (2014). "Interviews". In L. Nelson, R. Groom, & P. Potrac (Eds.), *Research methods in sports coaching* (pp. 161-170). Routledge.
- Raboy, M. (ed.) (1996), *Public Broadcasting for the 21st Century*. John Libbey Media.
- Randall, W. & Phoenix, C. (2009). 'The problem with truth in qualitative interviews: Reflections from a narrative perspective', *Qualitative Research in Sport and Exercise*, 1(2):
- Raposo, E. et al. (org.) (2013). *Gramática do Português*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Roca-Sales, M. (2009). *The Future of Television: from the boob tube to YouTube*. American Communication Journal Vol. 11, No. 1.
- Rocha, L. (2006), *A televisão pública num ambiente de competição comercial – estudo dos modelos brasileiro e português*, Dissertação de Doutoramento, Universidade de São Paulo.

- Rumphorst, W. (1998). *Model Public Service Broadcasting Law*. Media Online 2002.
- Santos, R. (2007). *Indústrias culturais: imagens, valores e consumos*. Edições 70.
- Scannell, P. (1989). *Public service broadcasting: History of a concept*. In A. Goodwin, & G. Whannel, (Eds), *Understanding Television*, (pp. 11-27). Routledge.
- Sena, N. (2008). “Programação de serviço público: o caso português”, MARTINS, Moisés de Lemos e PINTO, Manuel (Orgs.), *Comunicação e Cidadania – Atas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 6 – 8 Setembro 2007*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho).
- Sousa, H. & Santos, L. A. (2003) «RTP e Serviço Público, Um Percorso de inultrapassável dependência e contradição» in Pinto, Manuel et. al. *A Televisão e a Cidadania, Contributos para o debate sobre o Serviço Público*. Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho.
- Stelter, B. (2008). *Cable channels gain on broadcast networks*. *The New York Times*, June 24, 2008.
- Schaap, G. (2009). *Communications Monograph: Interpreting Television News*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Sim-Sim, Inês (1998). *Desenvolvimento da Linguagem*. Universidade Aberta.
- Sondergaard, H. (1999). “Some reflections on Public Service Broadcasting”, in *Nordicom Review - Nordic Research on Media & Communication*, vol. 20, nº 1.
- Sørensen, J. (2020). *The Datafication of Public Service Media. Dreams, Dilemmas and Practical Problems. A Case Study of the Implementation of Personalized Recommendations at the Danish Public Service Media ‘DR’*. SMID | Society of Media researchers In Denmark].
- Syvertsen, T. (2003). *Challenges to Public Television in the Era of Convergence and Commercialization*. *Television & New Media*, 4(2).
- Syvertsen, T. (1999). “The many uses of the ‘Public Service’ concept”, in *Nordicom Review - Nordic Research on Media & Communication*, vol. 20, nº 1.
- Sparkes, A. & Smith, B. (2014). *Qualitative Research Methods in Sport, Exercise and Health: From Process to Product*. Abingdon, VA: Routledge.
- Straus, A. (2003). *Qualitative analysis for social scientists* (14 ed.). Cambridge University Press.
- Swerts, M. & E. Krahmer (2009). *Visual prosody of newsreaders: Effects of information structure, emotional content and intended audience on facial expressions*. Tilburg University, Faculty of Humanities
- Teyssier, P. (1994). *História da Língua Portuguesa*. Livraria Sá da Costa.
- Teves, V. (2007). *RTP 50 anos de história: 1957-2007*. Disponível em: <http://ww2.rtp.pt/50anos/50Anos/Livro/>.

- Torres, E. (2011). *A Televisão e o Serviço Público*, Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Torres, E. (2016). “Por um serviço público de conteúdos”, *Mediapolis – os desafios dos media de serviço público*. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Tracy, S. (2010). Qualitative quality: Eight "bigtent" criteria for excellent qualitative research.
- Traquina, N. (1997). *Big Show Media*. Editorial Notícias.
- Turk, C. (1985). *Effective speaking: communicating in speech*, Taylor & Francis.
- Ward, D. (2003). *State Aid or Band Aid? An Evaluation of the European Commission's Approach to Public Service Broadcasting*. Media, Culture & Society, 25.
- Wheeler, M. (2004). Supranational Regulation: Television and the European Union. *European Journal of Communication*, 19(3).
- Williams, R. (1990). *Television, Technology and Cultural Form*. Routledge.
- Zeller, T.J. (2005). *For U.S. Teenagers, Life is an Open Web Log*. International Herald Tribune.
- Sørensen, J. (2020). *The Datafication of Public Service Media. Dreams, Dilemmas and Practical Problems. A Case Study of the Implementation of Personalized Recommendations at the Danish Public Service Media 'DR'*. SMID | Society of Media researchers In Denmark]
- Warren, C. & Karner, T. (2005). *The Interview. Discovering Qualitative Methods: Field Research, Interviews and Analysis*. Roxbury.

ANEXOS

ANEXO 1

GRELHA DE ANÁLISE

1.º CAMPO

CARACTERIZAÇÃO DO PROGRAMA

1. GÉNERO

1. Informativo
2. Didático
3. Entretenimento
4. Outro
5. N/A

2. TIPO DE CONTEÚDO

1. Generalista
2. Língua portuguesa: história, cultura, literatura
3. Língua portuguesa: dúvidas linguísticas gerais
4. Dúvidas linguísticas de pronúncia
5. Dúvidas linguísticas de ortografia
6. Dúvidas linguísticas de vocabulário
7. Dúvidas linguísticas de sintaxe
8. Curiosidades linguísticas
9. Outro
10. N/A

3. FORMATO

1. Programa autónomo
2. Rubrica inserida num programa de informação
3. Rubrica inserida num programa de entretenimento
4. Concurso
5. Outro
6. N/A

4. PERIODICIDADE

1. Única
2. De segunda a sexta
3. Semanal
4. Quinzenal

5. Mensal
6. Outra
7. N/A

5. DURAÇÃO

1. Menos de 10 minutos
2. Entre 10 e 15 minutos
3. Entre 15 e 30 minutos
4. Entre 30 e 60 minutos
5. Mais de uma hora
6. N/A

6. HORÁRIO

1. Manhã
2. Tarde
3. Horário nobre
4. Noite
5. Outro
6. N/A

7. ESPAÇO

1. Estúdio
2. Exterior
3. Ambos
4. N/A

8. PÚBLICO-ALVO

1. Infantil
2. Juvenil
3. Indiferenciado
4. N/A

9. PRODUÇÃO

1. Interna (Produzido pela RTP)
2. Externa (Produtora externa)
3. N/A

10. CANAL DE EMISSÃO

1. RTP1
2. RTP2
3. RTP3
4. RTP Internacional

5. RTP África
6. Vários
7. N/A

2.º CAMPO

CARACTERIZAÇÃO DO APRESENTADOR

11. NÚMERO

1. Zero
2. Um
3. Dois
4. Mais do que dois
5. N/A

12. GÉNERO

1. Feminino
2. Masculino
3. Outro
4. N/A

13. FORMAÇÃO

1. Linguista
2. Outra especialização
3. Não Especializado
4. N/A

14. TIPO DE APRESENTADOR

1. Figura pública
2. Desconhecido
3. Outro
4. N/A

15. TIPO DE INTERAÇÃO

1. Unidirecional
2. Entre apresentadores
3. Com público
4. Com convidados
5. Mista
6. N/A

16. POSTURA

1. Formal
2. Informal
3. Outra
4. N/A

17. TOM DE VOZ

1. Profissional (tom assertivo, distanciado)
2. Emocional
3. Divertido
4. Outro
5. N/A

18. EXPRESSÃO FACIAL

1. Séria
2. Sorridente
3. Outra
4. N/A

19. CONTACTO VISUAL

1. Com a câmara
2. Entre apresentadores
3. Com os convidados
4. Misto
5. N/A

ANEXO 2

ENTREVISTAS REALIZADAS

Luísa Ribeiro

Membro do Conselho de Administração Da RTP

(Entrevista realizada no dia 12 de julho de 2023)

1. Na sua opinião, qual o papel da RTP na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto operador público de televisão?

Resposta: A RTP, pela sua abrangência de meios (televisão linear, rádio e conteúdos online) e geográfica (Portugal e resto do mundo com os canais internacionais RTP Internacional, RTP África – com cinco delegações nos países africanos de expressão portuguesa- e rádios online), pode e deve ter um papel fundamental na defesa e divulgação da língua portuguesa. Para tal, contribuem dois fatores fundamentais: informação pertinente, fiável e de qualidade e entretenimento em Português que consiga suscitar o interesse das gerações mais jovens. O investimento significativo em produção independente, muitas vezes em co-produção com outros operadores, incluindo OTTs, facilitam os canais de distribuição e permitem alargar mais ainda alcance da programação em português. Uma nota adicional para a dobragem de programação infantil em português, possibilitando aos mais novos ouvirem em português conteúdos que em outras plataformas só conseguem aceder nas línguas originais.

2. Considera que as iniciativas que a RTP tem tido e as estratégias que tem desenvolvido na promoção da língua portuguesa são suficientes? Justifique a sua resposta.

Resposta: A RTP deixou, a partir de certa altura (coincidente com a implementação do sistema de contribuição para o audiovisual) de receber indemnizações compensatórias para serviços de divulgação da língua e cultura portuguesas. Nessa medida, é do orçamento de programação e despesas correntes que aloca fundos para os meios que coloca à disposição da diáspora portuguesa no mundo. Esta situação comporta constrangimentos financeiros relativamente ao investimento disponível. Haveria várias iniciativas que poderiam ser dinamizadas e com ações de marketing forte, junto da Diáspora, com claros benefícios para a visibilidade da língua portuguesa nessas geografias, transcendendo os portugueses aí residentes e os luso-descendentes. Não

obstante, a digitalização e disponibilização online do espólio da RTP e a disponibilização de conteúdos online (na medida do possível visto existirem restrições de direitos associadas ao investimento exequível) , parecem-nos ações que promovem conteúdos de qualidade em português e direcionados a um vasto leque de audiências.

3. Na sua perspetiva, que outras estratégias e ações concretas poderiam ser desenvolvidas em prol da promoção da língua portuguesa pela RTP, em geral, e pelo canal que dirige, em particular?

Resposta: Temos um bom exemplo na colaboração entre a RTVE e o Instituto Cervantes, com instalações nas grandes capitais de países espalhados por todos os continentes. Esse tipo de apoio do Instituto Camões, com implantação direta no terreno, apoiada pelo conhecimento das delegações AICEP e pela estrutura da diplomacia portuguesa, poderia exponenciar eventos culturais baseados em conteúdos em português disponibilizados pela RTP.

4. Em que medida considera que as transformações tecnológicas têm afetado a missão do serviço público de promoção da língua portuguesa?

Resposta: A distribuição online de produção em alta-definição, possíveis graças a elevados investimentos em tecnologia, são muito importantes para aumentar a exposição dos conteúdos da RTP. No entanto, o mesmo se passa com todos os operadores do mercado audiovisual, pelo que é necessário aumentar o investimento na marca e no marketing digital, para conseguir espaço no mercado da atenção, cada vez mais disputado, incluindo por grandes operadores com origem nas tecnologias de informação e orçamentos incomparavelmente maiores e promoção cruzada dos vários serviços que disponibilizam.

5. Considera que as plataformas digitais são uma ameaça ou uma oportunidade na defesa e promoção da língua portuguesa? Justifique a sua resposta.

Resposta: As plataformas digitais de distribuição de conteúdos audiovisuais, a partir do momento em que lhes foi exigida uma quota de investimento e programação em Português para operarem em Portugal e no Brasil, passaram a incluir esses produtos no seu catálogo, aumentando exponencialmente o mercado endereçável e a dotação orçamental das produções independentes em português de Portugal e em Português do Brasil. Adicionalmente, o nível de investimento que essas plataformas disponibilizam, permite outra ambição na produção de conteúdos em língua portuguesa, tornando-os

mais concorrenciais face aos conteúdos das línguas prevalecentes como o inglês, o castelhano ou mesmo o francês.

6. Que programa destacaria de entre os que até hoje aconteceram sobre a promoção da língua portuguesa por parte da RTP?

Resposta: Seria injusto evidenciar um único programa, pois há vários de grande interesse, mas serão de referir os programas dedicados à literatura (essencialmente na RTP2 e RTP3, disponíveis online mas também, no caso da RTP3, em vários distribuidores de televisão paga em todo o mundo) ou as várias adaptações para televisão de obras-primas literárias portuguesas.

Teresa Paixão

Diretora da RTP2

(Entrevista realizada no dia 8 de abril de 2022)

1. Na sua opinião, qual o papel da RTP na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto operador público de televisão?

Resposta: É um papel importante porque do ponto de vista tecnológico a televisão é um meio que pode fazer chegar a língua a lugares distantes e até quase perdidos. A RTP tem esta missão no seu contrato de serviço público e tem cumprido através da RTP Internacional, Africa e Play.

2. Considera que as iniciativas que a RTP tem tido e as estratégias que tem desenvolvido na promoção da língua portuguesa são suficientes? Justifique a sua resposta.

Resposta: São sim. A RTP tem tido a preocupação de ter programas em português para públicos distintos e até alguns legendados noutras línguas para facilitar a compreensão. Sim acho que faz imenso pela língua.

3. Na sua perspetiva, que outras estratégias e ações concretas poderiam ser desenvolvidas em prol da promoção da língua portuguesa pela RTP, em geral, e pelo canal que dirige, em particular?

Resposta: A RTP acho que não pode fazer mais do que ter o maior número de programas em língua portuguesa sobretudo nas suas antenas internacionais. Quanto ao canal que dirijo é um canal cuja missão prioritária não é essa, o canal é cultural e

para minorias e por isso deve mostrar o que de melhor se faz no mundo com uma enorme diversidade linguística.

4. Em que medida considera que as transformações tecnológicas têm afetado a missão do serviço público de promoção da língua portuguesa?

Resposta: Considero que não afetam nada, pelo contrário ajudam. Ainda me lembro dos servidores serem todos em Inglês e agora são em português o que me parece magnífico.

5. Considera que as plataformas digitais são uma ameaça ou uma oportunidade na defesa e promoção da língua portuguesa?

Resposta: Nem ameaça nem necessariamente oportunidade. São um novo meio, como foi a rádio há 90 anos e a televisão há 80 , depende tudo dos objetivos de quem dirige. Até agora acho que são um excelente meio.

6. Que programa destacaria de entre os que até hoje aconteceram sobre a promoção da língua portuguesa por parte da RTP?

Resposta: Todos os programas em português que a RTP emite são divulgadores da língua, promotores de novo vocabulário e por isso da língua. Há aqueles cuja língua é o motivo porque são feitos como o Cuidado com a Língua, mas a língua não se promove apenas assim . A língua inglesa foi promovida no mundo inteiro com cinema, com canções, com publicidade ...

José Arantes

Diretor da RTP África

(Entrevista realizada no dia 19 de abril de 2022)

1. A promoção da língua portuguesa é parte central da missão da RTP; ocupa lugar de destaque no Contrato de Concessão e, mais do que isso, tem sido uma constante na longa história da empresa pública de televisão.

A RTP Internacional, emitindo 24 horas por dia e cobrindo todo o globo, é o elemento chave para que as comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo continuem a usar o português como língua prática, introduzindo-a nos hábitos das novas gerações.

A RTP África tem como objetivo central a projeção da língua portuguesa e o fortalecimento dos laços que unem Portugal com os cinco países africanos que falam

português. O seu papel tem sido determinante para que, em muitas áreas do continente africano, a nossa seja uma língua viva e em expansão.

Hoje o português é a primeira língua do hemisfério sul e a terceira da internet, tendo fronteiras com outras nove línguas. A RTP África tem tido o seu papel nestes desenvolvimentos.

2. Na parte final do século XX existiam apenas dois países de língua oficial portuguesa; hoje são nove.

O Português tem tido um desenvolvimento notável em todo o mundo, sendo língua oficial de 26 organizações internacionais.

A nossa língua é, pois, um sucesso à escala global. Claro que é sempre possível fazer mais e a RTP terá aí um papel importante na busca de novas formas de intervenção e de projeção da língua. Estamos muito atentos a esses desenvolvimentos. Em todo o caso, o papel que a RTP tem tido ao longo do tempo, nem sempre bem percebido e compreendido por todos, é um claro motivo de orgulho para todos os que trabalham nesta área.

3. A projeção da nossa língua é um trabalho que nunca acaba e África mostra-nos bem isso. É muito evidente nos países africanos de língua portuguesa a associação do Português com a afirmação das soberanias nacionais. A língua é um fator importantíssimo para a consolidação das identidades nacionais, principalmente em áreas onde as fronteiras linguísticas com o Francês ou o Inglês não estão plenamente consolidadas.

A televisão é, ainda hoje, um dos principais veículos de difusão da língua. Tudo o que possa contribuir para a expansão da distribuição da televisão, quer dos canais nacionais quer da RTP África, é importante para o desenvolvimento e consolidação do Português. No centro de uma estratégia de promoção da língua terá de estar o desenvolvimento das formas de distribuição de sinal, seja através de redes de cabo, satélite ou emissores terrestres. Tudo isto associado à produção de conteúdos de grande qualidade e a condições técnicas de excelência.

4. A extraordinária evolução tecnológica dos últimos anos tem permitido produzir e distribuir conteúdos de grande qualidade, de forma mais fácil e mais barata. Esta crescente acessibilidade tornou possível intensificar as trocas e a cooperação com operadores de diferentes níveis de desenvolvimento, traduzindo-se num maior intercâmbio entre as estações públicas.

Esta versatilidade permite satisfazer com mais eficácia uma exigência central do Serviço Público: fornecer a todos os cidadãos, em condições técnicas ótimas, conteúdos de grande qualidade nas áreas da informação e do entretenimento.

5. As plataformas digitais são uma séria ameaça aos canais de televisão que permaneçam imóveis e uma extraordinária oportunidade aos que se mostrarem mais dinâmicos e propensos ao risco e à mudança.

É hoje mais fácil, mais rápido e mais barato difundir conteúdos de televisão; as plataformas digitais vieram dar uma grande ajuda nesta área e criaram um novo ambiente de concorrência entre conteúdos muito diversificados. Isto coloca uma muito maior exigência aos canais de serviço público, estimulados agora a procurar novos formatos e novos modelos de produção.

Para prosseguir a missão de promoção e consolidação da língua é fundamental aceitar este novo desafio, liderando os processos de inovação.

6. Quando falamos de língua portuguesa e de televisão é impossível não lembrar “Charlas Linguísticas” do padre Raul Machado ou “Se Bem Me Lembro” de Vitorino Nemésio.

A RTP tem desenvolvido nos tempos mais recentes, nos seus canais de rádio e de televisão, programas de impacto sobre a língua, nomeadamente “Falar Português”, “Cuidado com a Língua”, “Agora, o português” ou “Páginas de Português”.

Em todo o caso, a promoção da língua portuguesa feita pela RTP ao longo de décadas tem assentado mais nas suas linhas gerais de programação do que apenas em programas particulares. A língua é promovida e consolidada principalmente através do seu uso formalmente correto, seja no Telejornal, num relato de futebol ou num programa de variedades e entretenimento.

João Barreiros

Diretor da RTP Ensina

(Entrevista realizada no dia 20 de abril de 2022)

1. Na sua opinião, qual o papel da RTP na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto operador público de televisão?

Resposta: O Contrato de Concessão entre o Estado e a RTP define que é uma das missões da concessionária, através dos seus canais de televisão e de rádio, a promoção

da cultura e da língua portuguesa. Embora o cumprimento desta cláusula não esteja desenvolvido naquele documento contratual, parece claro que há várias dimensões para esta mesma tarefa: desde logo, a mera transmissão de emissões em português, quer para Portugal quer para o estrangeiro, é difusora da língua falada e permite alcançar uma grande diversidade de públicos. Pressupõe-se, e não está sequer em causa, que os intervenientes em antena se expressem de uma forma rigorosa, compreensível pelo ouvinte/espectador, e respeitem as mais elementares regras gramaticais de funcionamento do português. Para além deste aspeto, a RTP deve ter, e isso tem acontecido, programas sobre o uso da língua. Em diferentes formatos: Bom Português e Cuidado com a Língua são exemplos mais recentes, mas ao longo de mais de seis décadas (TV), são muitos os exemplos que poderíamos listar. Vitorino Nemésio, Edite Estrela, Mário Viegas, foram divulgadores exemplares - em programas da RTP.

Acrescente-se aqui o uso da língua através da escrita, o que não pode ser menosprezado no caso do serviço público de televisão e de rádio. Através do serviço de multimédia (diversos sites dos canais e institucional), e mesmo através do serviço de legendagem, o que a RTP dá pode ter um efeito positivo no espectador, mas também pode ser pernicioso, multiplicando erros ou propiciando confusões. Temos, em suma, de estar sempre atentos, sabendo que somos veículos principais do uso do português, e com uma responsabilidade acrescida (legal e eticamente) relativamente a outros operadores de televisão.

2. Considera que as iniciativas que a RTP tem tido e as estratégias que tem desenvolvido na promoção da língua portuguesa são suficientes? Justifique a sua resposta.

Resposta: Sinceramente, acho que sim. Em trinta anos de trabalho na empresa, acompanhei inúmeras ações internas e externas de promoção da língua. Internamente, com formação (através do Centro de Formação da RTP) para os trabalhadores interessados e através de decisões como a aplicação obrigatória do Acordo Ortográfico quer nos documentos internos quer na comunicação externa. E, na programação, através de rubricas como as mencionadas na resposta anterior. É evidente que podemos sempre admitir que pode ser feito mais, e esse olhar também é válido e aceitável. Mas a medida certa é algo discutível e subjetivo. Por exemplo, no meu caso não posso deixar de ter em conta que a RTP não se esgota, longe disso, no serviço de televisão. E, por isso, tem um peso significativo tudo aquilo que é feito nos diferentes canais de rádio, onde poderia listar dezenas de programas sobre a língua portuguesa produzidos nos últimos anos.

3. Na sua perspetiva, que outras estratégias e ações concretas poderiam ser desenvolvidas em prol da promoção da língua portuguesa pela RTP, em geral, e pelo canal que dirige, em particular?

Resposta: Internamente, a produção de livros de estilo seria muito útil para resolver algumas dúvidas que ocorrem, e para facilitar a harmonização entre diferentes canais. Na área dos programas, aceitando que aqui também devemos incluir aqueles que se referem à produção literária, entendo que o que está a ser feito me parece adequado. Mas, porventura, poderíamos produzir mais episódios do Cuidado com a Língua, ou outros com uma mesma qualidade. No caso do RTP Ensina, tratando-se de um repositório de conteúdos, existe uma limitação prática, conceptual, uma vez que a oferta está limitada ao que recebemos a montante. No entanto, durante o ano presente estão a ser publicados artigos de apoio, quer de gramática quer de literatura, no sentido de facilitar a compreensão dos conteúdos provenientes dos canais tradicionais. Embora indiretamente, este projeto tem grande impacto nas escolas, utilizadoras do portal e dos vídeos/textos ali presentes. Por isso, à semelhança do que acontece noutras equipas de multimédia da RTP (e, aqui, talvez ainda mais), temos de ter especial cuidado com os textos apresentados.

4. Em que medida considera que as transformações tecnológicas têm afetado a missão do serviço público de promoção da língua portuguesa?

Resposta: Como dizia Gedeão, o mundo pula e avança, e não podemos ficar presos àquilo que foi. Temos de nos adaptar e parece-me que as mesmas tiveram um impacto nulo em grande parte das nossas tarefas. A saber: língua falada (TV/rádio) e legendagem não tiveram alterações com as mudanças tecnológicas (se bem que o uso de corretores ortográficos na legendagem pode ser visto como um ponto positivo). A multimédia não é, na verdade, algo novo: os primeiros sites da RTP têm duas décadas e o uso das redes sociais está próximo. O que aconteceu - isso sim, com impacto - foi um aumento substancial da produção escrita para o digital, com uma urgência por vezes maior do que a necessária para os meios tradicionais. Mais velocidade, mais trabalho, mais possibilidade de erro. Por isso, mais atenção, mecanismos de verificação ativos, formação.

5. Considera que as plataformas digitais são uma ameaça ou uma oportunidade na defesa e promoção da língua portuguesa?

Resposta: Como respondi anteriormente, são - sobretudo - uma realidade. Pela experiência de muitos anos no jornalismo e, talvez, pelo carácter, não perco muito tempo a pensar se o copo está meio cheio ou vazio. O que me importa é como o podemos encher. As plataformas digitais são meios de difusão da língua, e não há dúvida de que as novas gerações estão a ler muito mais do que as anteriores. Da mesma forma? Seguramente, não. Mas estão a ler. Têm contacto com a língua, são produtoras (menos) e difusoras (mais). Pelo digital temos mais acesso a outras línguas, claro, mas também a utilizações diferenciadas, mas corretas, da língua portuguesa. Qualquer expressão proveniente do Brasil que desconheçamos pode ser facilmente decodificada através da internet. Podemos compreender-nos melhor, e isso faz de nós utilizadores mais ricos do português.

6. Que programa destacaria de entre os que até hoje aconteceram sobre a promoção da língua portuguesa por parte da RTP?

Resposta: Não há resposta possível para esta questão. Pelo menos, eu não a tenho. Elenquei anteriormente alguns divulgadores da língua portuguesa de grande mérito, mas é muito difícil eleger um programa.

Ana Sousa Dias

Provedora do Telespectador

(Entrevista realizada no dia 7 de abril de 2022)

1. Tendo em conta a função de serviço público de televisão em Portugal e o contrato de concessão assinado entre a RTP e o Estado, considera que a RTP tem cumprido o papel que lhe é atribuído no âmbito da promoção da língua portuguesa?

Resposta: Francamente, penso que a RTP podia fazer mais. Quer na formação de quem trabalha na empresa, e em particular dos jornalistas e de quem de qualquer outro modo tem contacto com o exterior, quer na organização de programas que ajudem a esclarecer e corrigir dúvidas e erros frequentes. Atualmente, apenas uma rubrica de defesa da língua surge na grelha da televisão.

2. Enquanto órgão de autorregulação, qual o papel do Provedor na defesa e na promoção da língua portuguesa?

Resposta: A Provedora acompanha a programação e, assim, deteta erros e falhas que transmite aos responsáveis dos diferentes setores. Mas, enquanto interlocutora dos telespectadores, recebe numerosas queixas relativas a erros, quer de ortografia, quer de pronúncia, quer lexicais. Muitas queixas dizem respeito aos textos de rodapé, escritos sob pressão e, portanto, sem revisão prévia dos editores. Há “passageiros frequentes” entre os autores das queixas, isto é, posso dizer que o número de telespectadores que me enviam reparos sobre erros de português não é muito elevado.

3. Com base na análise dos relatórios de 2017, 2018 e 2019, verifica-se que muitas queixas recebidas pelo Gabinete de Apoio aos Provedores (GAPTV) dizem respeito ao mau uso da língua portuguesa na RTP. Quais as ações concretas que têm sido desenvolvidas para solucionar os problemas apresentados nessas queixas?

Resposta: Como referi, tenho recebido queixas frequentes - isto é, pelo menos uma por semana. Faço-as chegar aos responsáveis respetivos e fiz um primeiro (que infelizmente penso que será uma série de muitos) programa Voz do Cidadão dedicado ao tema. Posso igualmente fazer recomendações aos responsáveis da RTP.

4. Com base nas recomendações do ex-Provedor do telespectador – Jorge Wemans – descritas nos relatórios de 2017, 2018 e 2019, listam-se abaixo as suas principais propostas para fazer face ao desagrado recorrente dos telespectadores sobre o mau uso da língua portuguesa na RTP:

- (a) Criar mecanismos internos que permitam melhorar a qualidade do que se diz e escreve em todos os canais da RTP.
- (b) Criar, de forma permanente, um maior número de programas centrados sobre a língua portuguesa.
- (c) Desenvolver sessões frequentes envolvendo jornalistas, apresentadores e outros trabalhadores da RTP no sentido de se erradicarem os erros mais frequentes da língua portuguesa.
- (d) Chamar a atenção de todos os profissionais da RTP para a forma correta de utilizar, pronunciar e grafar as palavras da língua portuguesa.

Estas propostas passaram à prática? Se sim, quais; se não, porquê?

Resposta: Não me parece que as recomendações do anterior Provedor tenham sido seguidas, infelizmente. Não sei as razões para esta ausência de medidas, mas faço

minhas as indicações dadas por Jorge Wemans a este respeito. Continuarei a batalhar por esta causa que me parece essencial. E acrescento uma questão: deve haver uma maior preocupação com a língua portuguesa desde logo no processo de recrutamento de novos quadros para a empresa, em particular para a área da Informação.

Considero que o que acontece na RTP nesta matéria é um reflexo do quadro geral do país em termos da aprendizagem e do uso da língua.

Joana Duarte

Diretora da Supervisão da ERC

(Entrevista realizada no dia 12 de maio de 2022)

1. É função da ERC realizar auditorias às empresas concessionárias dos serviços públicos de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão?

Resposta: O Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), nos termos do artigo 24.º, n.º 3, alínea n) dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, tem obrigação de «promover a realização e a posterior publicação integral de auditorias anuais às empresas concessionárias dos serviços públicos de rádio e de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão».

A realização da auditoria é adjudicada a uma empresa externa, com o objetivo de proceder à verificação do cumprimento das obrigações impostas pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, celebrado em 6 de março de 2015 (CCSPRT), compreendendo, em concreto, o cumprimento das obrigações impostas pelo CCSPRT, o cumprimento da missão de serviço público nos termos concessionados, a transparência e proporcionalidade dos fluxos financeiros associados e a conformidade da atuação da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP) com as melhores práticas de mercado (regime também estatuído no artigo 57.º, n.º 7 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP).

O Conselho Regulador, face às conclusões do Relatórios, emite recomendações à RTP.

2. A RTP, enquanto operador de serviço público, está sujeita ao cumprimento de quotas anuais de difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa?

Resposta: A RTP, como os demais operadores de televisão sob jurisdição nacional, estão sujeitos ao cumprimento de quotas anuais de difusão de programas originariamente em

língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, de obras de produção europeia e de produção independente, nos termos do disposto nos artigos n.ºs 44.º a 46.º, da LTSAP.

Incumbe ainda ao serviço público de televisão, conforme disposto no artigo 51.º, n.º2, alíneas g) e seguintes « g) Promover a emissão de programas em língua portuguesa, de géneros diversificados, e reservar à produção europeia parte considerável do seu tempo de emissão, devendo dedicar-lhes percentagens superiores às exigidas na presente lei a todos os operadores de televisão, atenta a missão de cada um dos seus serviços de programas; h) Apoiar a produção nacional de obras cinematográficas e audiovisuais, no respeito pelos compromissos internacionais que vinculam o Estado Português, e a coprodução com outros países, em especial europeus e da comunidade de língua portuguesa; i) Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua oficial portuguesa, igualmente residentes fora de Portugal;».

3. Se a resposta à questão anterior for afirmativa, é função da ERC avaliar o cumprimento dessas obrigações? Qual a periodicidade dessa avaliação? E quais as implicações no caso de incumprimento?

Resposta: De acordo com o artigo 49.º, da LTSAP, relativo ao “Dever de informação”, os operadores de televisão estão obrigados a prestar trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento das obrigações acima referidas. Considerando que o cumprimento dessas obrigações é avaliado anualmente, nos termos do artigo 47.º da referida lei, têm-se em consideração:

1 - O cumprimento das obrigações referidas nos artigos 44.º a 46.º é avaliado anualmente, devendo ser tidas em conta, quando aplicável, a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos e as responsabilidades do operador em matéria de informação, educação, cultura e diversão.

2 - Os relatórios da avaliação referida no número anterior, contendo as respectivas conclusões, são tornados públicos no sítio electrónico da Entidade Reguladora para a Comunicação Social até 30 de Junho do ano subsequente àquele a que dizem respeito.»

Prevê o artigo 76.º, nº 1, alínea a), da LTSAP, que a inobservância do disposto nos nºs 1 a 3 do artigo 44.º constitui contra-ordenação grave, punível com coima de 20.000 euros a 150.000 euros, cabendo à ERC, nos termos do n.º 2 do artigo 93.º do mesmo diploma, a instrução dos processos de contra-ordenação previstos na Lei da Televisão.

Note-se que foram abertos dois processos de contraordenação contra o operador RTP, por incumprimento dos n.ºs 1 a 3 do artigos 44.º e 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, com fundamento no incumprimento das percentagens dedicadas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas originariamente em língua portuguesa, relativamente aos anos de 2020 e 2021, no serviço de programas RTP2 (Deliberação ERC/2021/30 (OUT-TV), de 28 de janeiro e Deliberação ERC/2022/56 (OUT-TV), de 16 de fevereiro.

4. A RTP está obrigada a prestar à ERC todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento dessas obrigações?

Resposta: Tal como descrito na questão anterior e por força do artigo 49.º da LTSAP, a RTP e demais operadores, prestam informação trimestral à ERC, de acordo com um modelo definido em conjunto com os operadores de televisão, que submetem no Portal TV/ERC para fiscalização anual da difusão de obras audiovisuais.

5. É função da ERC avaliar o uso correto e eficaz da língua portuguesa por parte da RTP, nos seus diferentes canais de televisão?

Resposta: Neste âmbito, a ERC poderá analisar e eventualmente aplicar contraordenações nesta matéria quando estas violem o artigo 27.º da LTSAP, no âmbito dos limites à liberdade de programação. Nomeadamente quando o mau uso da língua portuguesa possa colidir com os n.º 3 e 4 da LTSAP:

«4 - A emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificador visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas.

5 - A emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e jovens deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificador visual apropriado e só pode ter lugar entre as 24 horas e as 6 horas.»

6. A ERC costuma receber queixas dos telespectadores da RTP sobre o mau uso da língua portuguesa?

Resposta: Normalmente essas participações são dirigidas ao Provedor/a do telespectador da RTP. Pontualmente a ERC analisa participações nesta matéria que se inscrevam no âmbito do artigo 27.º da LTSAP.

7. Em relação aos programas da RTP sobre língua portuguesa *Cuidado com a Língua*, *Bom Português* e *Voz do Cidadão*, a ERC costuma receber algum contacto do público, com comentários, sugestões, elogios ou reclamações?

Resposta: A ERC não tem recebido este tipo de comentários, sugestões ou elogios dos referidos programas. Os telespectadores dirigem mais esses comentários à RTP, mesmo porque são indicados e-mails e outras formas de contacto pelo operador para o telespectador apresentar e efetuar as suas diligências junto ao operador.

ANEXO 3

TABELA SÍNTESE DAS ENTREVISTAS

	TERESA PAIXÃO RTP 2	JOSÉ ARANTES RTP ÁFRICA	JOÃO BARREIROS RTP ENSINA
1. Na sua opinião, qual o papel da RTP na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto operador público de televisão?	É um papel importante porque do ponto de vista tecnológico a televisão é um meio que pode fazer chegar a língua a lugares distantes e até quase perdidos. A RTP tem esta missão nos eu contrato de serviço publico e tem cumprido através da RTP Internacional, Africa e Play.	A promoção da língua portuguesa é parte central da missão da RTP; ocupa lugar de destaque no Contrato de Concessão e, mais do que isso, tem sido uma constante na longa história da empresa pública de televisão. A RTP Internacional, emitindo 24 horas por dia e cobrindo todo o globo, é o elemento-chave para que as comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo continuem a usar o português como língua prática, introduzindo-a nos hábitos das novas gerações. A RTP África tem como objetivo central a projeção da língua portuguesa e o fortalecimento dos laços que unem Portugal com os cinco países africanos que falam português. O seu papel tem sido determinante para que, em muitas áreas do continente africano, a nossa seja uma língua viva e em expansão.	O Contrato de Concessão entre o Estado e a RTP define que é uma das missões da concessionária, através dos seus canais de televisão e de rádio, a promoção da cultura e da língua portuguesa. Embora o cumprimento desta cláusula não esteja desenvolvido naquele documento contratual, parece claro que há várias dimensões para esta mesma tarefa: desde logo, a mera transmissão de emissões em português, quer para Portugal quer para o estrangeiro, é difusora da língua falada e permite alcançar uma grande diversidade de públicos. Pressupõe-se, e não está sequer em causa, que os intervenientes em antena se expressem de uma forma rigorosa, compreensível pelo ouvinte/espectador, e respeitem as mais elementares regras gramaticais de funcionamento do português. Para além deste aspeto, a RTP deve ter, e isso tem

		Hoje o português é a primeira língua do hemisfério sul e a terceira da internet, tendo fronteiras com outras nove línguas. A RTP África tem tido o seu papel nestes desenvolvimentos.	acontecido, programas sobre o uso da língua. Em diferentes formatos: Bom Português e Cuidado com a Língua são exemplos mais recentes, mas ao longo de mais de seis décadas (TV), são muitos os exemplos que poderíamos listar. Vitorino Nemésio, Edite Estrela, Mário Viegas, foram divulgadores exemplares - em programas da RTP. Acrescente-se aqui o uso da língua através da escrita, o que não pode ser menosprezado no caso do serviço público de televisão e de rádio. Através do serviço de multimédia (diversos sites dos canais e institucional), e mesmo através do serviço de legendagem, o que a RTP dá pode ter um efeito positivo no espectador, mas também pode ser pernicioso, multiplicando erros ou propiciando confusões. Temos, em suma, de estar sempre atentos, sabendo que somos veículos principais do uso do português, e com uma responsabilidade acrescida (legal e eticamente) relativamente a outros operadores de televisão.
--	--	--	--

2. Considera que as iniciativas que a RTP tem tido e as estratégias que tem desenvolvido na promoção da língua portuguesa são suficientes? Justifique a sua resposta.	São sim. A RTP tem tido a preocupação de ter programas em português para públicos distintos e até alguns legendados noutras línguas para facilitar a compreensão. Sim acho que faz imenso pela língua.	Na parte final do séc. XX existiam apenas dois países de língua oficial portuguesa; hoje são nove. O Português tem tido um desenvolvimento notável em todo o mundo, sendo língua oficial de 26 organizações internacionais. A nossa língua é, pois, um sucesso à escala global. Claro que é sempre possível fazer mais e a RTP terá aí um papel importante na busca de novas formas de intervenção e de projeção da língua. Estamos muito atentos a esses desenvolvimentos. Em todo o caso, o papel que a RTP tem tido ao longo do tempo, nem sempre bem percebido e compreendido por todos, é um claro motivo de orgulho para todos os que trabalham nesta área.	Sinceramente, acho que sim. Em trinta anos de trabalho na empresa, acompanhei inúmeras ações internas e externas de promoção da língua. Internamente, com formação (através do Centro de Formação da RTP) para os trabalhadores interessados e através de decisões como a aplicação obrigatória do Acordo Ortográfico quer nos documentos internos quer na comunicação externa. E, na programação, através de rubricas como as mencionadas na resposta anterior. É evidente que podemos sempre admitir que pode ser feito mais, e esse olhar também é válido e aceitável. Mas a medida certa é algo discutível e subjetivo. Por exemplo, no meu caso não posso deixar de ter em conta que a RTP não se esgota, longe disso, no serviço de televisão. E, por isso, tem um peso significativo tudo aquilo que é feito nos diferentes canais de rádio, onde poderia listar dezenas de programas sobre a língua portuguesa produzidos nos últimos anos.
3. Na sua perspectiva, que	A RTP acho que não pode fazer mais do	A projeção da nossa língua é um trabalho	Internamente, a produção de livros de

outras estratégias e ações concretas poderiam ser desenvolvidas em prol da promoção da língua portuguesa pela RTP, em geral, e pelo canal que dirige, em particular?	que ter o maior número de programas em língua portuguesa sobretudo nas suas antenas internacionais. Quanto ao canal que dirijo é um canal cuja missão prioritária não é essa, o canal é cultural e para minorias e por isso deve mostrar o que de melhor se faz no mundo com uma enorme diversidade linguística.	que nunca acaba e África mostra-nos bem isso. É muito evidente nos países africanos de língua portuguesa a associação do Português com a afirmação das soberanias nacionais. A língua é um fator importantíssimo para a consolidação das identidades nacionais, principalmente em áreas onde as fronteiras linguísticas com o Francês ou o Inglês não estão plenamente consolidadas. A televisão é, ainda hoje, um dos principais veículos de difusão da língua. Tudo o que possa contribuir para a expansão da distribuição da televisão, quer dos canais nacionais quer da RTP África, é importante para o desenvolvimento e consolidação do Português. No centro de uma estratégia de promoção da língua terá de estar o desenvolvimento das formas de distribuição de sinal, seja através de redes de cabo, satélite ou emissores terrestres. Tudo isto associado à produção de conteúdos de grande qualidade e a	estilo seria muito útil para resolver algumas dúvidas que ocorrem, e para facilitar a harmonização entre diferentes canais. Na área dos programas, aceitando que aqui também devemos incluir aqueles que se referem à produção literária, entendo que o que está a ser feito me parece adequado. Mas, porventura, poderíamos produzir mais episódios do Cuidado com a Língua, ou outros com uma mesma qualidade. No caso do RTP Ensina, tratando-se de um repositório de conteúdos, existe uma limitação prática, conceptual, uma vez que a oferta está limitada ao que recebemos a montante. No entanto, durante o ano presente estão a ser publicados artigos de apoio, quer de gramática quer de literatura, no sentido de facilitar a compreensão dos conteúdos provenientes dos canais tradicionais. Embora indiretamente, este projeto tem grande impacto nas escolas, utilizadoras do portal e dos vídeos/textos ali presentes. Por isso, à semelhança do que
--	---	--	---

		condições técnicas de excelência.	acontece noutras equipas de multimédia da RTP (e, aqui, talvez ainda mais), temos de ter especial cuidado com os textos apresentados.
4. Em que medida considera que as transformações tecnológicas têm afetado a missão do serviço público de promoção da língua portuguesa?	Considero que não afetam nada, pelo contrário ajudam. Ainda me lembro dos servidores serem todos em inglês e agora são em português o que me parece magnífico.	A extraordinária evolução tecnológica dos últimos anos tem permitido produzir e distribuir conteúdos de grande qualidade, de forma mais fácil e mais barata. Esta crescente acessibilidade tornou possível intensificar as trocas e a cooperação com operadores de diferentes níveis de desenvolvimento, traduzindo-se num maior intercâmbio entre as estações públicas. Esta versatilidade permite satisfazer com mais eficácia uma exigência central do Serviço Público: fornecer a todos os cidadãos, em condições técnicas ótimas, conteúdos de grande qualidade nas áreas da informação e do entretenimento.	Como dizia Gedeão, o mundo pula e avança, e não podemos ficar presos àquilo que foi. Temos de nos adaptar e parece-me que as mesmas tiveram um impacto nulo em grande parte das nossas tarefas. A saber: língua falada (TV/rádio) e legendagem não tiveram alterações com as mudanças tecnológicas (se bem que o uso de corretores ortográficos na legendagem pode ser visto como um ponto positivo). A multimédia não é, na verdade, algo novo: os primeiros sites da RTP têm duas décadas e o uso das redes sociais está próximo. O que aconteceu - isso sim, com impacto - foi um aumento substancial da produção escrita para o digital, com uma urgência por vezes maior do que a necessária para os meios tradicionais. Mais velocidade, mais trabalho, mais possibilidade de erro. Por isso, mais atenção, mecanismos

			de verificação ativos, formação.
5. Considera que as plataformas digitais são uma ameaça ou uma oportunidade na defesa e promoção da língua portuguesa?	Nem ameaça nem necessariamente oportunidade. São um novo meio, como foi a rádio há 90 anos e a televisão há 80 , depende tudo dos objetivos de quem dirige. Até agora acho que são um excelente meio.	As plataformas digitais são uma séria ameaça aos canais de televisão que permaneçam imóveis e uma extraordinária oportunidade aos que se mostrarem mais dinâmicos e propensos ao risco e à mudança. É hoje mais fácil, mais rápido e mais barato difundir conteúdos de televisão; as plataformas digitais vieram dar uma grande ajuda nesta área e criaram um novo ambiente de concorrência entre conteúdos muito diversificados. Isto coloca uma muito maior exigência aos canais de serviço público, estimulados agora a procurar novos formatos e novos modelos de produção. Para prosseguir a missão de promoção e consolidação da língua é fundamental aceitar este novo desafio, liderando os processos de inovação.	Como respondi anteriormente, são - sobretudo - uma realidade. Pela experiência de muitos anos no jornalismo e, talvez, pelo caráter, não perco muito tempo a pensar se o copo está meio cheio ou vazio. O que me importa é como o podemos encher. As plataformas digitais são meios de difusão da língua, e não há dúvida de que as novas gerações estão a ler muito mais do que as anteriores. Da mesma forma? Seguramente, não. Mas estão a ler. Têm contacto com a língua, são produtoras (menos) e difusoras (mais). Pelo digital temos mais acesso a outras línguas, claro, mas também a utilizações diferenciadas, mas corretas, da língua portuguesa. Qualquer expressão proveniente do Brasil que desconhecamos pode ser facilmente decodificada através da internet. Podemos compreender-nos melhor, e isso faz de nós utilizadores mais ricos do português.
6. Que programa destacaria de entre os que até hoje	Todos os programas em português que a RTP emite são	Quando falamos de língua portuguesa e de televisão é	Não há resposta possível para esta questão. Pelo menos,

aconteceram sobre a promoção da língua portuguesa por parte da RTP?	divulgadores da língua, promotores de novo vocabulário e por isso da língua. Há aqueles cuja língua é o motivo porque são feitos como o Cuidado com a Língua, mas a língua não se promove apenas assim. A língua inglesa foi promovida no mundo inteiro com cinema, com canções, com publicidade ...	impossível não lembrar “Charlas Linguísticas” do padre Raul Machado ou “Se Bem Me Lembro” de Vitorino Nemésio. A RTP tem desenvolvido nos tempos mais recentes, nos seus canais de rádio e de televisão, programas de impacto sobre a língua, nomeadamente “Falar Português”, “Cuidado com a Língua”, “Agora, o português” ou “Páginas de Português”. Em todo o caso, a promoção da língua portuguesa feita pela RTP ao longo de décadas tem assentado mais nas suas linhas gerais de programação do que apenas em programas particulares. A língua é promovida e consolidada principalmente através do seu uso formalmente correto, seja no Telejornal, num relato de futebol ou num programa de variedades e entretenimento.	eu não a tenho. Elenquei anteriormente alguns divulgadores da língua portuguesa de grande mérito, mas é muito difícil eleger um programa.
--	--	--	---

	LUÍSA RIBEIRO ADMINISTRAÇÃO
1. Na sua opinião, qual o papel da RTP na defesa e na promoção da língua portuguesa, enquanto	A RTP, pela sua abrangência de meios (televisão linear, rádio e conteúdos online) e geográfica (Portugal e resto do mundo com os canais internacionais RTP Internacional, RTP África – com cinco delegações nos países africanos de expressão

operador público de televisão?	portuguesa- e rádios online), pode e deve ter um papel fundamental na defesa e divulgação da língua portuguesa. Para tal, contribuem dois fatores fundamentais: informação pertinente, fiável e de qualidade e entretenimento em Português que consiga suscitar o interesse das gerações mais jovens. O investimento significativo em produção independente, muitas vezes em co-produção com outros operadores, incluindo OTTs, facilitam os canais de distribuição e permitem alargar mais ainda alcance da programação em português. Uma nota adicional para a dobragem de programação infantil em português, possibilitando aos mais novos ouvirem em português conteúdos que em outras plataformas só conseguem aceder nas línguas originais.
2. Considera que as iniciativas que a RTP tem tido e as estratégias que tem desenvolvido na promoção da língua portuguesa são suficientes? Justifique a sua resposta.	A RTP deixou, a partir de certa altura (coincidente com a implementação do sistema de contribuição para o audiovisual) de receber indemnizações compensatórias para serviços de divulgação da língua e cultura portuguesas. Nessa medida, é do orçamento de programação e despesas correntes que aloca fundos para os meios que coloca à disposição da diáspora portuguesa no mundo. Esta situação comporta constrangimentos financeiros relativamente ao investimento disponível. Haveria várias iniciativas que poderiam ser dinamizadas e com ações de marketing forte, junto da Diáspora, com claros benefícios para a visibilidade da língua portuguesa nessas geografias, transcendendo os portugueses aí residentes e os luso-descendentes. Não obstante, a digitalização e disponibilização online do espólio da RTP e a disponibilização de conteúdos online (na medida do possível visto existirem restrições de direitos associadas ao investimento exequível), parecem-nos ações que promovem conteúdos de qualidade em português e direcionados a um vasto leque de audiências.
3. Na sua perspetiva, que outras estratégias e ações concretas poderiam ser desenvolvidas em prol da promoção da língua portuguesa pela RTP, em geral, e pelo canal que dirige, em particular?	Temos um bom exemplo na colaboração entre a RTVE e o Instituto Cervantes, com instalações nas grandes capitais de países espalhados por todos os continentes. Esse tipo de apoio do Instituto Camões, com implantação direta no terreno, apoiada pelo conhecimento das delegações AICEP e pela estrutura da diplomacia portuguesa, poderia exponenciar eventos culturais baseados em conteúdos em português disponibilizados pela RTP.
4. Em que medida considera que as transformações tecnológicas têm afetado a missão do serviço público de promoção da língua portuguesa?	A distribuição online de produção em alta-definição, possíveis graças a elevados investimentos em tecnologia, são muito importantes para aumentar a exposição dos conteúdos da RTP. No entanto, o mesmo se passa com todos os operadores do mercado audiovisual, pelo que é necessário aumentar o investimento na marca e no marketing digital, para conseguir espaço no mercado da atenção, cada vez mais disputado,

	incluindo por grandes operadores com origem nas tecnologias de informação e orçamentos incomparavelmente maiores e promoção cruzada dos vários serviços que disponibilizam.
5. Considera que as plataformas digitais são uma ameaça ou uma oportunidade na defesa e promoção da língua portuguesa? Justifique a sua resposta.	As plataformas digitais de distribuição de conteúdos audiovisuais, a partir do momento em que lhes foi exigida uma quota de investimento e programação em Português para operarem em Portugal e no Brasil, passaram a incluir esses produtos no seu catálogo, aumentando exponencialmente o mercado endereçável e a dotação orçamental das produções independentes em português de Portugal e em Português do Brasil. Adicionalmente, o nível de investimento que essas plataformas disponibilizam, permite outra ambição na produção de conteúdos em língua portuguesa, tornando-os mais concorrenciais face aos conteúdos das línguas prevalecentes como o inglês, o castelhano ou mesmo o francês.
6. Que programa destacaria de entre os que até hoje aconteceram sobre a promoção da língua portuguesa por parte da RTP?	Seria injusto evidenciar um único programa, pois há vários de grande interesse, mas serão de referir os programas dedicados à literatura (essencialmente na RTP2 e RTP3, disponíveis online mas também, no caso da RTP3, em vários distribuidores de televisão paga em todo o mundo) ou as várias adaptações para televisão de obras-primas literárias portuguesas.

	ANA SOUSA DIAS PROVEDORA DO TELESPECTADOR
1. Tendo em conta a função de serviço público de televisão em Portugal e o contrato de concessão assinado entre a RTP e o Estado, considera que a RTP tem cumprido o papel que lhe é atribuído no âmbito da promoção da língua portuguesa?	Francamente, penso que a RTP podia fazer mais. Quer na formação de quem trabalha na empresa, e em particular dos jornalistas e de quem de qualquer outro modo tem contacto com o exterior, quer na organização de programas que ajudem a esclarecer e corrigir dúvidas e erros frequentes. Atualmente, apenas uma rubrica de defesa da língua surge na grelha da televisão.
2. Enquanto órgão de autorregulação, qual o papel do Provedor na defesa e na promoção da língua portuguesa?	A Provedora acompanha a programação e, assim, deteta erros e falhas que transmite aos responsáveis dos diferentes setores. Mas, enquanto interlocutora dos telespectadores, recebe numerosas queixas relativas a erros, quer de ortografia, quer de pronúncia, quer lexicais. Muitas queixas dizem respeito aos textos de rodapé, escritos sob pressão e, portanto, sem revisão prévia dos editores. Há “passageiros frequentes” entre os autores das queixas, isto é, posso dizer que o número de

	telespectadores que me enviam reparos sobre erros de português não é muito elevado.
3. Com base na análise dos relatórios de 2017, 2018 e 2019, verifica-se que muitas queixas recebidas pelo Gabinete de Apoio aos Provedores (GAPTV) dizem respeito ao mau uso da língua portuguesa na RTP. Quais as ações concretas que têm sido desenvolvidas para solucionar os problemas apresentados nessas queixas?	Como referi, tenho recebido queixas frequentes - isto é, pelo menos uma por semana. Faço-as chegar aos responsáveis respetivos e fiz um primeiro (que infelizmente penso que será uma série de muitos) programa Voz do Cidadão dedicado ao tema. Posso igualmente fazer recomendações aos responsáveis da RTP.
4. Com base nas recomendações do ex-Provedor do telespectador – Jorge Wemans – descritas nos relatórios de 2017, 2018 e 2019, listam-se abaixo as suas principais propostas para fazer face ao desagrado recorrente dos telespectadores sobre o mau uso da língua portuguesa na RTP: (a) Criar mecanismos internos que permitam melhorar a qualidade do que se diz e escreve em todos os canais da RTP. (b) Criar, de forma permanente, um maior número de programas centrados sobre a língua portuguesa. (c) Desenvolver sessões frequentes envolvendo jornalistas, apresentadores e outros trabalhadores da RTP no sentido de se erradicarem os erros mais frequentes da língua portuguesa.	Não me parece que as recomendações do anterior Provedor tenham sido seguidas, infelizmente. Não sei as razões para esta ausência de medidas, mas faço minhas as indicações dadas por Jorge Wemans a este respeito. Continuarei a batalhar por esta causa que me parece essencial. E acrescento uma questão: deve haver uma maior preocupação com a língua portuguesa desde logo no processo de recrutamento de novos quadros para a empresa, em particular para a área da Informação. Considero que o que acontece na RTP nesta matéria é um reflexo do quadro geral do país em termos da aprendizagem e do uso da língua.

(d) Chamar a atenção de todos os profissionais da RTP para a forma correta de utilizar, pronunciar e grafar as palavras da língua portuguesa. Estas propostas passaram à prática? Se sim, quais; se não, porquê?	
--	--

	JOANA DUARTE ERC
1. É função da ERC realizar auditorias às empresas concessionárias dos serviços públicos de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão?	O Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), nos termos do artigo 24.º, n.º 3, alínea n) dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, tem obrigação de «promover a realização e a posterior publicação integral de auditorias anuais às empresas concessionárias dos serviços públicos de rádio e de televisão e verificar a boa execução dos contratos de concessão». A realização da auditoria é adjudicada a uma empresa externa, com o objetivo de proceder à verificação do cumprimento das obrigações impostas pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, celebrado em 6 de março de 2015 (CCSPRT), compreendendo, em concreto, o cumprimento das obrigações impostas pelo CCSPRT, o cumprimento da missão de serviço público nos termos concessionados, a transparência e proporcionalidade dos fluxos financeiros associados e a conformidade da atuação da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP) com as melhores práticas de mercado (regime também estatuído no artigo 57.º, n.º 7 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP). O Conselho Regulador, face às conclusões do Relatórios, emite recomendações à RTP.
2. A RTP, enquanto operador de serviço público, está sujeita ao cumprimento de quotas anuais de difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa?	A RTP, como os demais operadores de televisão sob jurisdição nacional, estão sujeitos ao cumprimento de quotas anuais de difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, de obras de produção europeia e de produção independente, nos termos do disposto nos artigos n.ºs 44.º a 46.º, da LTSAP. Incumbe ainda ao serviço público de televisão, conforme disposto no artigo 51.º, n.º2, alíneas g) e seguintes « g) Promover a emissão de programas em língua portuguesa, de géneros diversificados, e reservar à produção europeia parte considerável do seu tempo de emissão, devendo dedicar-lhes

	percentagens superiores às exigidas na presente lei a todos os operadores de televisão, atenta a missão de cada um dos seus serviços de programas; h) Apoiar a produção nacional de obras cinematográficas e audiovisuais, no respeito pelos compromissos internacionais que vinculam o Estado Português, e a coprodução com outros países, em especial europeus e da comunidade de língua portuguesa; i) Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua oficial portuguesa, igualmente residentes fora de Portugal;».
3. Se a resposta à questão anterior for afirmativa, é função da ERC avaliar o cumprimento dessas obrigações? Qual a periodicidade dessa avaliação? E quais as implicações no caso de incumprimento?	De acordo com o artigo 49.º, da LTSAP, relativo ao “Dever de informação”, os operadores de televisão estão obrigados a prestar trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento das obrigações acima referidas. Considerando que o cumprimento dessas obrigações é avaliado anualmente, nos termos do artigo 47.º da referida lei, têm-se em consideração: 1 - O cumprimento das obrigações referidas nos artigos 44.º a 46.º é avaliado anualmente, devendo ser tidas em conta, quando aplicável, a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos e as responsabilidades do operador em matéria de informação, educação, cultura e diversão. 2 - Os relatórios da avaliação referida no número anterior, contendo as respetivas conclusões, são tornados públicos no sítio eletrónico da Entidade Reguladora para a Comunicação Social até 30 de Junho do ano subsequente àquele a que dizem respeito.» Prevê o artigo 76.º, nº 1, alínea a), da LTSAP, que a inobservância do disposto nos nºs 1 a 3 do artigo 44.º constitui contraordenação grave, punível com coima de 20.000 euros a 150.000 euros, cabendo à ERC, nos termos do n.º 2 do artigo 93.º do mesmo diploma, a instrução dos processos de contraordenação previstos na Lei da Televisão. Note-se que foram abertos dois processos de contraordenação contra o operador RTP, por incumprimento dos n.ºs 1 a 3 do artigos 44.º e 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, com fundamento no incumprimento das percentagens dedicadas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas originariamente em língua portuguesa, relativamente aos anos de 2020 e 2021, no serviço de programas RTP2 (Deliberação ERC/2021/30 (OUT-TV), de 28 de janeiro e Deliberação ERC/2022/56 (OUT-TV), de 16 de fevereiro.
4. A RTP está obrigada a prestar à ERC todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do	Tal como descrito na questão anterior e por força do artigo 49.º da LTSAP, a RTP e demais operadores, prestam informação trimestral à ERC, de acordo com um modelo definido em conjunto com os operadores de televisão, que submetem no

cumprimento dessas obrigações?	Portal TV/ERC para fiscalização anual da difusão de obras audiovisuais.
5. É função da ERC avaliar o uso correto e eficaz da língua portuguesa por parte da RTP, nos seus diferentes canais de televisão?	Neste âmbito, a ERC poderá analisar e eventualmente aplicar contraordenações nesta matéria quando estas violem o artigo 27.º da LTSAP, no âmbito dos limites à liberdade de programação. Nomeadamente quando o mau uso da língua portuguesa possa colidir com os n.º 3 e 4 da LTSAP: «4 - A emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificador visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas. 5 - A emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e jovens deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificador visual apropriado e só pode ter lugar entre as 24 horas e as 6 horas.»
6. A ERC costuma receber queixas dos telespectadores da RTP sobre o mau uso da língua portuguesa?	Normalmente essas participações são dirigidas ao Provedor/a do telespectador da RTP. Pontualmente a ERC analisa participações nesta matéria que se inscrevam no âmbito do artigo 27.º da LTSAP.
7. Em relação aos programas da RTP sobre língua portuguesa <i>Cuidado com a Língua, Bom Português e Voz do Cidadão</i>, a ERC costuma receber algum contacto do público, com comentários, sugestões, elogios ou reclamações?	A ERC não tem recebido este tipo de comentários, sugestões ou elogios dos referidos programas. Os telespectadores dirigem mais esses comentários à RTP, mesmo porque são indicados e-mails e outras formas de contacto pelo operador para o telespectador apresentar e efetuar as suas diligências junto ao operador.