

Provedor do Ouvinte

Relatório de Actividade 2014

Paula Cordeiro
Provedora do Ouvinte

Relatório de Actividade 2014

Paula Cordeiro

Provedora do Ouvinte

RTP, Lisboa, Fevereiro 2015

Índice

Apresentação	3
Da questão do serviço público	4
O Provedor do Ouvinte	10
O(s) ano(s) em revista	13
As mensagens dos Ouvintes	17
Em Nome do Ouvinte: temas e convidados	25

Apresentação

Nos termos da alínea f) do nº 1 do artº 27º do capítulo V (Provedores) da Lei nº 8/2007, de 14 de Fevereiro, apresento o Relatório anual referente à minha actividade enquanto Provedora do Ouvinte da RTP referente ao período de 2014.

O relatório que se apresenta está organizado em duas grandes áreas: uma, conceptual, sobre a visão da Provedora relativa à missão de serviço público, as competências e missão do Provedor do Ouvinte. Outra, técnico-prática, sobre o exercício das funções de Provedora, relativa às mensagens recebidas e o programa Em Nome do Ouvinte.

Da questão do serviço público

Com razoáveis diferenças entre países, a instituição de serviço público de comunicação social é reconhecidamente, um dos elementos sociais, culturais, políticos e estratégicos mais importantes da sociedade contemporânea. Ao longo das últimas décadas, particularmente depois da revolução democrática de 1974, o operador de serviço público em Portugal deveria ter sido responsável pela criação, manutenção e comunicação de um conjunto coerente mas, também estruturante, de valores sociais, promovendo, simultaneamente, a cultura nacional.

Há mais de 80 anos que vem informando, entretendo e educando diferentes gerações de Portugueses. Os avanços e recuos na estrutura organizacional, de gestão e propriedade do operador de serviço público de comunicação social em nada contribuíram para esta missão e papel social.

Uma característica comum aos operadores públicos de comunicação social é esta atribuição do estabelecimento de um conjunto de referências comuns, dinamizando a esfera pública numa determinada sociedade. Com efeito, os operadores de serviço público contribuem para uma certa ordem social e

são, simultaneamente, controlados por esta ordem, num quadro relacional em que produzem um variado conjunto de programas, cujo conteúdo serve os mais diversos grupos na sociedade, nos quais se incluem, também, grupos de interesse. Factores que, em certa medida, contribuem para o seu questionamento com consequências para a sua legitimação.

A discussão sobre a definição do próprio serviço público é recorrente e parece não atingir consenso. Na maior parte dos países Escandinavos a noção não se aplica a outros serviços, mesmo que a educação ou os transportes sejam públicos pelo que, uma certa ideia de serviço público está auto-legitimada e associada unicamente ao operador de comunicação social. Entre nós, são diversos os serviços públicos e pensa-se mais no operador de comunicação social público como o órgão do Estado, por força de quarenta anos de uma Emissora Nacional. Esta era propriedade e, simultaneamente, voz do Estado, resultante de uma política de monopólio da Comunicação Social, orquestrada pelo Governo de Salazar. Não podemos ignorar a história quando pensamos quer no serviço público, quer na RTP. O legado sistémico, que a tornou num órgão de propaganda do Estado Novo influenciou a nossa sociedade e marcou, de forma indelével, a rádio em particular e a comunicação social no geral.

Na verdade, a discussão tende a concentrar-se na questão dos conteúdos transmitidos e menos na lógica conceptual que lhes deveria estar subjacente. Aquilo que é o serviço público de comunicação social também tem a ver com os programas e as formas da sua distribuição. Mas tem, acima de tudo, a ver com um conceito que deverá estar subjacente à produção e sua distribuição e que é, tão simplesmente, a de servir o público - no caso, públicos - através de diferentes canais. Ou servir diferentes públicos através de um só canal. O que não é o caso. O operador Português tem vários canais televisivos e antenas de rádio, cada uma com um propósito e, conseqüentemente, público-alvo. Porque razão, então, se mantém a discussão na esfera pública sobre a empresa e, principalmente, porque razão não encontramos uma resposta definitiva para o que entendemos por serviço público de comunicação social, em Portugal?

As razões são várias e nenhuma delas efectivamente objectiva. Do seu conjunto poderemos encontrar questões como a conjuntura, a definição de prioridades, interesses ou o financiamento. O cenário mediático da sociedade contemporânea é radicalmente diferente do modelo social e comunicacional que fundou os principais operadores públicos de comunicação social. Nenhum deles é, hoje, o único operador no mercado, menos ainda quando pensamos em contexto digital.

O operador público concorre com outros operadores e uma diversidade de propostas mediáticas, de entretenimento e informação que as plataformas digitais colocam ao nosso dispor, facto que também tem contribuído para entrecruzar os diversos aspectos em discussão, observado igualmente em termos das teorias da democracia, participação e esfera pública; das políticas mediáticas ou dos operadores, enquanto instituições mediática sujeitas aos mais diversos tipos de constrangimentos e pressões.

Como já anteriormente procurei definir, o serviço público de comunicação social *"terá sempre de ser entendido numa base não lucrativa e para dar resposta às diferentes necessidades de comunicação pública dos cidadãos. Se pensarmos que algumas dessas necessidades de comunicação podem - e estão - a ser satisfeitas por operadores privados de radiodifusão, então, o serviço público de radiodifusão deverá concentrar-se naquelas que são negligenciadas pelos operadores privados, por falta de interesse, capacidade técnica ou, como normalmente acontece, pela ausência de rentabilidade (...) o serviço público de radiodifusão é algo que o Estado disponibiliza aos cidadãos, contribuindo para a sua informação e educação. Poderá ter uma abordagem quase didáctica em relação aos conteúdos programáticos que apresenta e constitui-se numa programação independente, que contribui para o exercício da cidadania. Deve ser conduzido com independência e rigor, produzindo conteúdos de excelência, disponível em sinal aberto"*¹.

A discussão sobre o serviço público é um debate sobre os valores e os princípios que regem a sociedade, sua vida social e, por consequência, que

¹ CORDEIRO, Paula (2012). Relatório de Actividade. RTP

vão presidir à actividade do operador de serviço público. Em última análise, desta discussão poderá emergir a ideologia, democrática, pluralista ou liberal, que vai definir a própria sociedade.

É comumente aceite que critérios como a universalidade da cobertura, a diversidade, a defesa das minorias, promoção da cultura nacional, língua e identidade nacionais, bem como o equilíbrio e independência em relação a questões políticas, a imparcialidade, a valorização e divulgação cultural e a preocupação com a qualidade são aspectos fundamentais no serviço público de radiodifusão. Mas estes são aspectos que derivam da sua concepção. Não são a discussão em si. Em Portugal, o serviço público de comunicação social depende de um contrato de concessão celebrado entre a entidade concessionária e o Estado, atribuído à Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S. A. (nº.1 do artigo 46.º da Lei da Rádio), para explorar os diferentes serviços de programas que integram o serviço público de comunicação social. Talvez seja este o ponto que importe clarificar na discussão sobre o serviço público: mais do que pensar sobre o conceito, pensamos inúmeras vezes sobre a questão do acesso que o serviço público deve providenciar a um conjunto diversificado de conteúdos culturais, informativos e de entretenimento, distribuídos através dos seus diversos canais para todo o país e regiões da diáspora, como elemento fundamental para a participação democrática e garante da cidadania. Isto é, o serviço público de comunicação social, para além da instituição mediática que é, deve ser também um elemento agregador da comunicação na esfera pública, garantido, desta forma, o funcionamento da instituição democrática, da liberdade de expressão e das diversas dimensões culturais e políticas que se definem como parte de uma sociedade.

Na sociedade contemporânea, o serviço público de comunicação social deve ser visto numa perspectiva que expande o seu raio de acção, resultante da ampliação da própria esfera pública e redefinição da cidadania e das formas de participação democrática. Se, por um lado, os indivíduos, como um todo, deixam de ser incluídos nos processos comunicativos, por outro, multiplica-se, pela sua fragmentação, a esfera pública, acompanhado da fragmentação das noções de nacionalidade, nacionalismo e cidadania. Verifica-se a multiplicação de pequenos grupos que influenciam a sociedade e procuram

dissipar a opinião dominante, a par com uma ampliação da esfera pública, para um âmbito global, suportada pelos meios de comunicação e, especialmente, a Internet. Também o serviço público está em rede, concorrendo com um número ilimitado de canais. Esta concorrência tem consequências a vários níveis particularmente no que respeita à definição de conteúdos (ao nível da tipologia e qualidade) e financiamento. Como financiar num contexto de economia da atenção, em que o local perde relevância face ao global, por força do papel dominante dos grupos transnacionais na distribuição de conteúdos.

No caso da radiodifusão, a implantação da rádio digital permite que todos os difusores estejam no mesmo sistema, tenham o mesmo alcance e o mesmo nível de qualidade de sinal, colocando as estações emissoras em pé de igualdade em termos técnicos. Prevê-se que a conquista das audiências passe a efectuar-se ao nível dos conteúdos, construindo rádios quase personalizadas, num esquema de especialização que irá multiplicar os canais em função da variedade de géneros musicais e do tipo de informação que se deseje ouvir (economia, sociedade, política, de carácter local, nacional ou internacional, por exemplo). Nesta ruptura de paradigma o ouvinte acabará por ser capaz de configurar a sua programação, conduzindo à criação de pequenas rádios que prestam serviços de todo o tipo e oferecem conteúdos especializados, dirigidos a audiências determinadas, divididas em função dos seus interesses e necessidades. A consequência é a necessidade de (re)legitimar o serviço público de comunicação social.

O poder dos media, ou a própria noção de poder, está diluída. Foi questionada e, com esse questionamento, democratizou-se, dependente de sistemas partilhados entre os consumidores. Se ainda predomina um modelo de negócio baseado na economia da atenção, pensemos na forma como essa atenção se dispersa e como essa mesma dispersão irá condicionar o que nos leva a agir. Consequentemente, não é possível manter o foco da atenção apenas no papel democrático, formador de opinião e conhecimento, argumentando sobre a sua importância sem sabermos exactamente a razão pela qual se mantém importante.

Em que difere a RTP dos restantes operadores no mercado? Talvez a resposta não esteja no critério da diferença, mas no da qualidade, com uma produção qualitativamente superior e que abarca uma grande diversidade de géneros e formatos.

A quem serve a RTP? Talvez seja importante questionar os públicos e compreender que a própria legitimação do operador passa não pelo volume e dimensão, mas pela fidelização e satisfação dos falantes da língua nas suas diferentes gerações. Para tal, é fundamental compreender as necessidades daqueles a quem procura servir, auto-legitimando-se através do discurso público e adaptando-se aos processos de digitalização, convergência e transmedia.

Efectivamente, se entendermos o serviço público de comunicação social como o serviço prestado por instituições públicas de comunicação social nas quais os cidadãos confiam para a produção de conteúdos diversificados, de elevada qualidade, independentemente da concorrência de mercado e da plataforma através da qual os mesmos são distribuídos, então a sua legitimidade será imune a qualquer questão que se relacione com a digitalização, financiamento ou a concorrência directa, no quadro da economia global da atenção. Será, também, imune aos fenómenos que decorrem da concentração da propriedade e da homogeneização dos conteúdos porque se posiciona de forma paralela aos operadores privados e nivela, por cima, os efeitos dessa concorrência e da globalização cultural.

Em resumo, o serviço público deverá diferenciar-se da restante oferta mediática, contribuir para estimular e divulgar a produção nos vários domínios da arte, cultura e ciência, assumindo-se como um espaço que entrecruza diversos actores políticos e socialmente relevantes. Simultaneamente, deverá ser o garante da formação dos cidadãos nos mais variados aspectos que a comunicação social possa cobrir, assumindo-se como instituição de confiança e partilha de experiências no cenário mediático, e o operador ao qual se recorre quando o foco é a informação, a qualidade e a cultura em detrimento do mero entretenimento.

O Provedor do Ouvinte

No meu primeiro programa, relativo ao primeiro mandato (2012 - 2014) comecei por dizer:

O programa Em Nome do Ouvinte é um espaço semanal para apresentar as queixas, críticas, dúvidas e sugestões dos ouvintes em relação à rádio pública. Este programa assume-se como um ponto de encontro entre ouvintes e profissionais, mediado por mim, enquanto provedora, para procurar analisar a relação entre aquilo de que os ouvintes se queixam e a prática profissional, mas também, reflectir sobre as sugestões e ideias que os ouvintes nos fazem chegar, tentando, uma vez mais, procurar, junto dos profissionais da rádio pública, perceber de que forma podem, essas sugestões e críticas construtivas, contribuir para melhorar o serviço público de rádio, tornando-o cada vez mais próximo de cada ouvinte. Não se pretende fazer deste, um espaço confessional, mas antes um espaço de reflexão e de troca de experiências. Porque há sempre dois lados para cada história, e porque a rádio se constrói em torno de histórias, guiadas pela palavra e os sons que a enriquecem e complementam (...) Porque a responsabilidade da provedora do ouvinte é exactamente para com os ouvintes do serviço público de radiodifusão, dando-lhes voz e mediando a sua intervenção na rádio pública.

Há muito que percebi quão difícil é fazer com que a generalidade das pessoas entenda o papel do Provedor. Este, ou qualquer outro. A experiência como Provedora levou-me a contactar com provedores de todo o mundo tendo percebido que a sensação de impotência pode ser tentadoramente atraente e que a incapacidade para se reconhecer a importância e papel desta missão, também. Na generalidade, as pessoas entendem-na (entendem-nos) como uma função de autoridade policial que não corresponde à sua definição.

O Provedor existe para representar e defender as perspectivas dos ouvintes, o que não significa que possa fazer valer a vontade individual de cada um, em função dos seus gostos ou interesses pessoais. A defesa das perspectivas dos ouvintes deve ser entendida como um todo, no quadro da concepção de serviço público, bem como da missão e contrato de concessão da empresa. Paralelamente, cabe-lhe a garantia da fiabilidade desse mesmo serviço público, supervisão da ética e códigos deontológicos, bem como a promoção da credibilidade e boa imagem dos seus profissionais, o que, na maior parte das vezes, parece incompatível. Especialmente quando se pensa no Provedor como a figura persecutória que existe para apontar falhas, como quem aponta o dedo, ressaltando-as numa perspectiva meramente crítica.

O Provedor até poderá, aparentemente, perseguir. Mas num sentido construtivo, com uma abordagem educativa, para melhoria do resultado final, garantindo sempre a boa imagem da empresa e dos seus profissionais. Há muitas questões levantadas por ouvintes que aparentemente - e apenas aparentemente - não vêm a luz do dia porque, simplesmente, são tratadas através dos vários métodos de procedimento que o Provedor tem ao seu dispor e que não se resumem ao programa semanal. O único, contudo, com maior visibilidade e ao qual os ouvintes têm acesso directo.

Outro relevante aspecto desta missão prende-se com o estímulo à receptividade das observações dos ouvintes, que se verifica na forma aberta como a maior parte dos profissionais se dispõe a comentar ou explicar aos

ouvintes os seus procedimentos e rotinas, comprovando a cultura de autocrítica que também o Provedor deve promover.

Com uma razoável margem em relação à estrutura e suas hierarquias, o Provedor intervém de forma teórica e abstracta, não estando no seu ângulo de acção qualquer opção editorial ou ingerência nos conteúdos e programas das antenas de rádio. Por muito que, para a maior parte dos ouvintes o desejo fosse diferente, o Provedor não poderá ir além da intervenção, enquanto mediador, da relação entre ouvintes, profissionais e restantes elementos da estrutura organizacional no serviço público de radiodifusão. A sua acção pedagógica é especialmente dirigida ao cidadão, para que este compreenda melhor o serviço público e seu funcionamento.

Finalmente, o Provedor existe para ajudar a explicar os processos e rotinas de produção jornalística (bem como dos restantes conteúdos informativos ou de entretenimento), em face das suas especificidades e natureza tantas vezes desconhecidas do público. Além de que poderá contribuir para desmistificar a imagem de inacessibilidade tantas vezes associada às organizações mediáticas e seus profissionais, assumindo o seu papel também como um fórum de discussão aberto aos ouvintes.

O(s) ano(s) em revista

Indefinição. Uma palavra repetida até à exaustão quando se pensa na RTP.

A sua história é a história de alterações e modificações. De projectos não concluídos. De ideias que se perdem na voragem dos dias. Mas é também uma história de resiliência, de uma empresa feita por pessoas que não se resignam a ver passar os dias enquanto, lá fora, a indefinição pode persistir.

A sua história remonta aos anos de 1930, quando o Estado definiu que os serviços de radiotelefonia, radiodifusão e radiotelevisão seriam monopólio estatal. As divergências internas e externas pelo poder e administração da Emissora Nacional remontam, também, a esta fase inicial, com a transferência da gestão da Administração-Geral dos Correios e Telégrafos para o Secretariado de Propaganda Nacional, sempre na dependência Estatal. Em 1940 a Emissora Nacional foi definida como organismo autónomo em relação aos CTT, mantendo-se assim até 1974. Seguiu-se uma certa indefinição que reinou no país por força da tomada do poder pelos militares das Forças Armadas, no 25 de Abril. Entre comissões,

saneamentos e diferentes direcções, a RDP também foi reflexo da instabilidade política e social que o país atravessou entre 1974 e 1976.

Depois do processo de nacionalizações que integrou as rádios (extinta a Emissora Nacional) na Empresa Pública da Radiodifusão, o tema era o de reorganização da estrutura do operador público, num processo que criou diferentes canais, um dos quais viria, posteriormente, a ser (re)privatizado. Em 1976 decide-se pela alteração da sua denominação. A Empresa Pública da Radiodifusão passou a chamar-se Radiodifusão Portuguesa - Empresa Pública (RDP), designação que, ainda hoje, permanece no imaginário de muitos ouvintes e profissionais da comunicação social.

Depois do afastamento definitivo dos militares da administração da empresa, em 1978, a empresa conheceu a sua primeira grande reestruturação. Em 1980 foram reorganizados os serviços de programas tendo sido, também nesta década, estabelecida a missão de serviço público, através do contrato de concessão, e definido o sistema de financiamento da operação de serviço público. A década seguinte representou uma nova fase de mudança: um dos canais (rádio Comercial) foi privatizado, a publicidade foi abolida e foram criados novos canais, destinados a públicos específicos. Foi também a década da instalação do DAB (*Digital Audio Broadcasting*), uma rede de radiodifusão digital terrestre, cuja exploração viria a ser abandonada no início do século XXI. Em 2001 foi operacionalizada uma nova mudança na estrutura da empresa. Esta passou a integrar uma holding – a Portugal Global – que agregava todos os meios de comunicação social do Estado Português (RTP, RDP e LUSA).

Dois anos depois a *holding* foi extinta para dar lugar a uma sociedade gestora de participações sociais, em virtude de uma nova reestruturação do sector, assente nas premissas de que os canais se apresentavam desajustados, com recursos humanos excedentários e custos de funcionamento muito elevados em face dos resultados e das audiências dos seus diferentes canais.

A Rádio e Televisão de Portugal SGPS, S.A. passou a contemplar a Radiotelevisão Portuguesa, a Radiodifusão Portuguesa e a RTP meios de

produção. Anos mais tarde, em 2007, a empresa viveu uma nova reestruturação, passando a denominar-se Rádio e Televisão de Portugal, S.A. Desde então, a maior questão tem estado relacionada com o financiamento da empresa, verificando-se alterações à Lei para aprovar adendas ao modelo de financiamento com implicações para o normal funcionamento da empresa. Discussões, propostas e indagações sobre a concessão a operadores privados, privatização de canais ou elementos da sua estrutura bem como alienação de activos da empresa, do qual o plano de desenvolvimento e redimensionamento será a face mais visível, têm marcado os últimos anos da RTP.

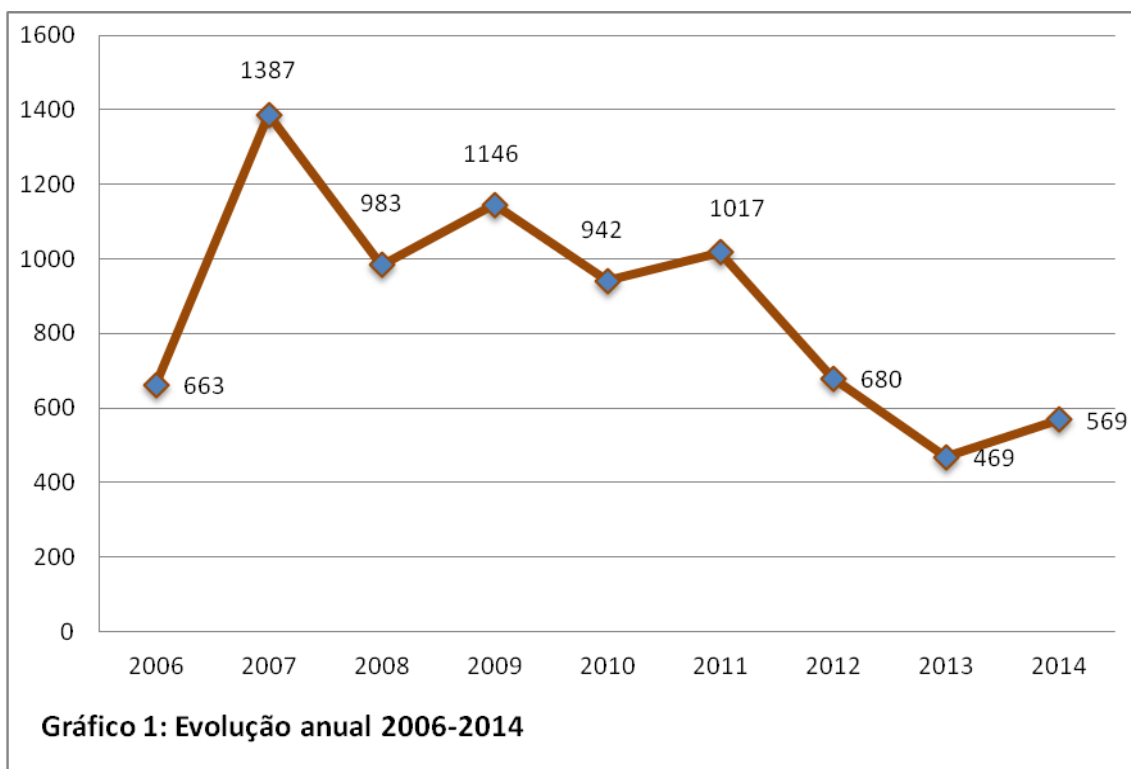
O provedor não deverá manifestar-se sobre questões de gestão da empresa, suas alterações ou reestruturações. Contudo, perante o contexto enunciado, é impossível não reconhecer a importância desta instabilidade para o bom funcionamento da empresa. Donde, há uma ameaça potencial para uma boa prestação de serviço público. Verificando-se contudo que, apesar deste ambiente algo hostil, ao nível dos conteúdos e da prestação dos profissionais, pouco haverá apontar.

O primeiro programa de 2015 foi um reflexo do ano de 2014, no qual expus ideias fundamentais para entender o que venho enunciando sobre a questão da indefinição e instabilidade:

“(...) Não duvido que a empresa tivesse profissionais a mais e estou certa de que não existiam condições financeiras para manter o estado das coisas. Mas tenho muitas dúvidas que tivéssemos assim tantos profissionais de rádio, na rádio pública. (...) É uma questão de gestão. E de gestão de recursos humanos. Mas, uma vez que são esses recursos humanos que produzem os conteúdos e que é sobre conteúdos que os ouvintes me escrevem... Então a provedora também pode ter uma palavra a dizer sobre o estado das coisas. E o estado das coisas não é bom. (...) Aparentemente, e só aparentemente, tal não afecta os ouvintes. As queixas continuam a ser sobre conteúdos, sobre os profissionais. Como antes. Como sempre. Mas não raras as vezes, começam ou terminam com referências ao desnorte e desgoverno, questionando a capacidade de intervenção do cargo do Provedor. Não é o provedor que tem de garantir que a empresa está a funcionar”.

Neste momento, a empresa parece estar pacificada. Tomou posse um novo Conselho de Administração e, do ponto de vista estratégico, pode inaugurar-se um novo período para a RTP. Tal período vai depender da sustentabilidade que o modelo de financiamento aprovado (a contribuição para o audiovisual e as receitas comerciais) possa garantir. Na verdade, este financiamento terá de prover a manutenção das diferentes grelhas e o cumprimento das várias obrigações da missão de serviço público as quais, em boa verdade, não se limitam à produção e transmissão de conteúdos de rádio e televisão.

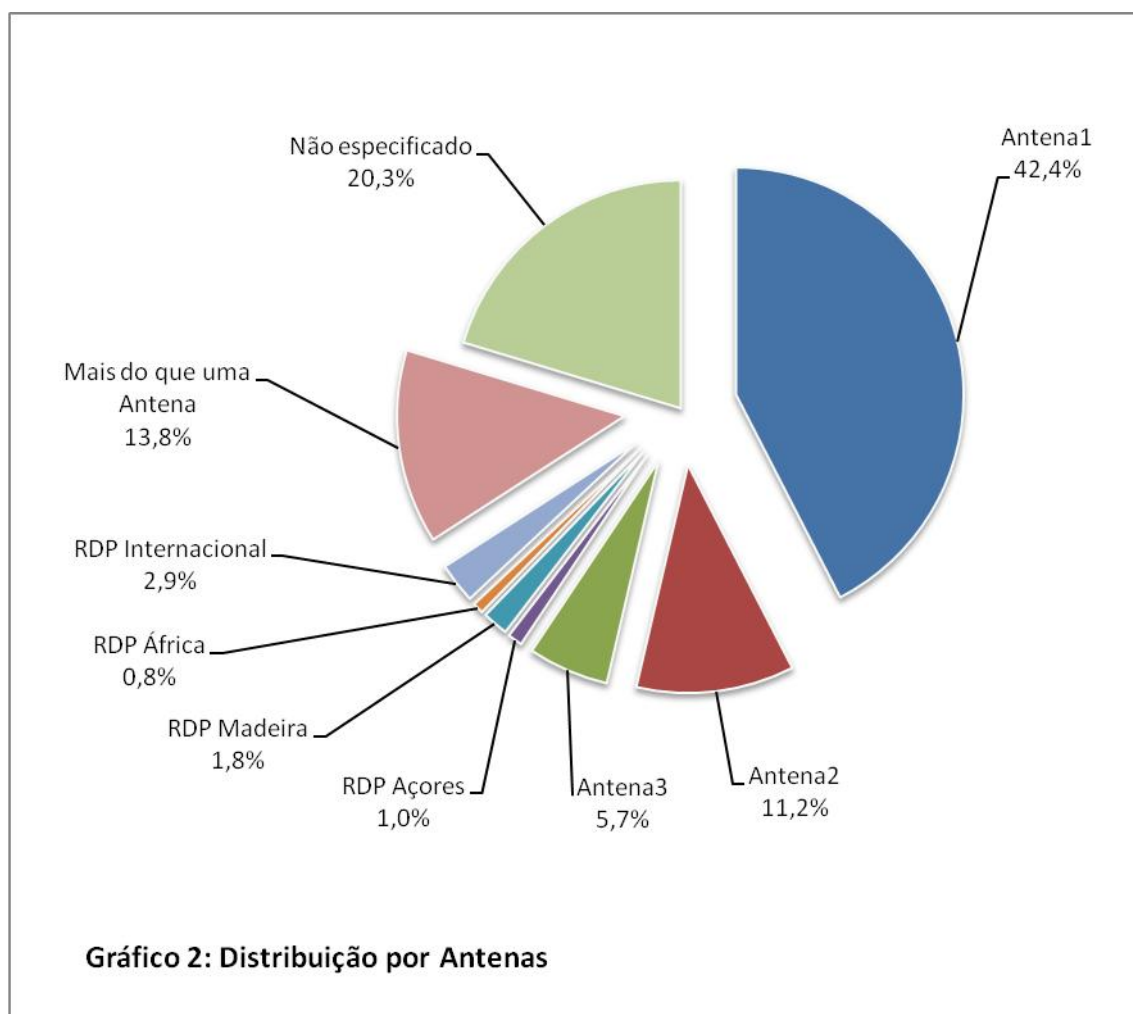
As mensagens dos Ouvintes



Durante o ano de 2014, verificou-se um aumento global do número de questões recebidas pelo Gabinete de Apoio aos Provedores, tendo a

Provedora do Ouvinte recebeu um total de 569 mensagens (384 através do Portal da RTP e 185 por correio postal ou correio electrónico directo), o que representa um aumento de 21% relativamente a 2013 (*gráfico 1*).

A RDP Internacional, as opções tomadas relativamente à Onda Curta e as transmissões desportivas da Antena 1 são temas que mereceram a atenção de uma percentagem significativa dos Ouvintes que se dirigiram à Provedora.

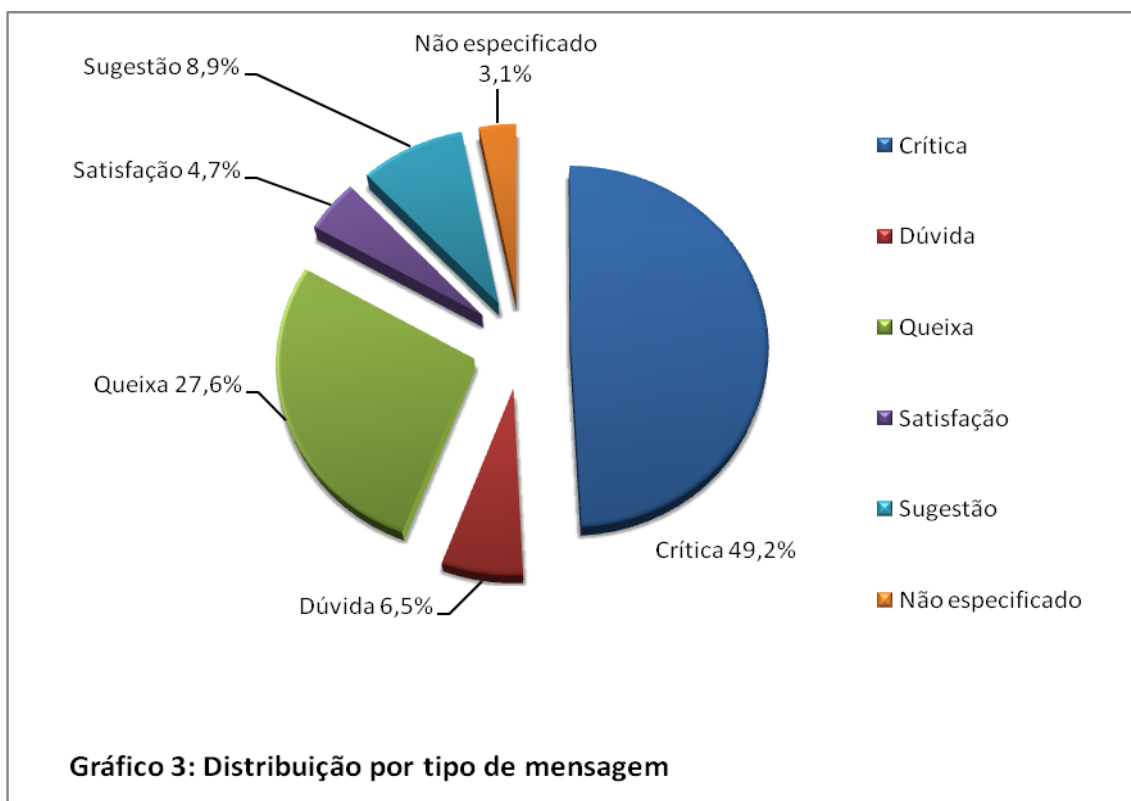


A análise estatística realizada para os Relatórios de Atividade dos Provedores baseou-se nos dados obtidos a partir do sistema de gestão de mensagens, que inclui todas as mensagens recebidas a partir do Portal da RTP, e que representam a maior parte da correspondência dirigida aos Provedores.

As mensagens recebidas por outras vias (serviço de apoio ao telespectador, correio eletrónico e correio postal), embora contabilizadas globalmente, não foram consideradas para efeitos de análise detalhada, devido à impossibilidade de obter os dados pessoais (idade, distribuição geográfica, escolaridade, etc.) que apenas são solicitados no formulário do sistema de gestão de mensagens.

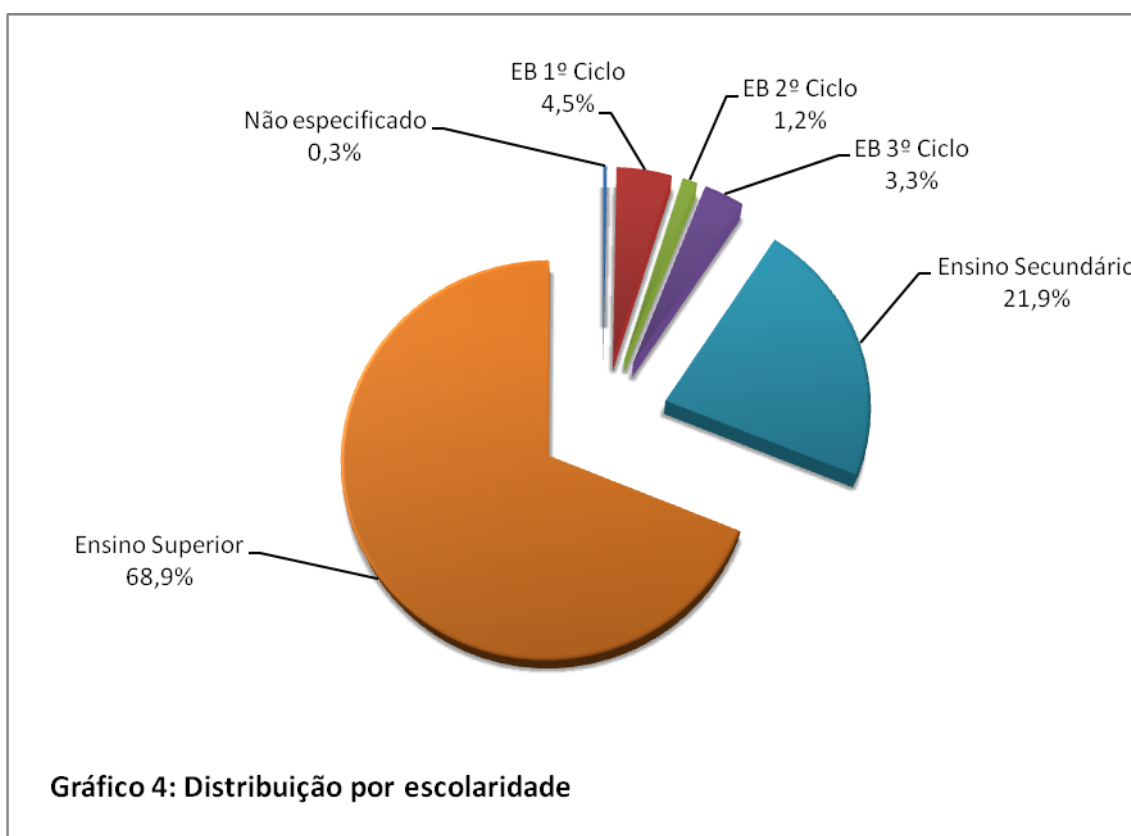
Na distribuição por antenas das mensagens recebidas (*gráfico 2*), verifica-se uma diminuição relativa das mensagens visando a Antena 1 (de 50,3% para 42,4%), a Antena 3 (de 12,8% para 5,7%) e também, embora menos significativa, a RDP Internacional (de 3,4% para 2,9%). A quantidade de mensagens sobre a Antena 2 subiu ligeiramente, de 9,0% para 11,2%.

Deste heterogéneo conjunto de mensagens foi escolhida a temática da maior parte das emissões do programa *Em Nome do Ouvinte*. Outras foram objecto de tratamento interno que não justificou a sua apresentação em antena. A grande maioria teve resposta directamente da Provedora ou do Gabinete de Apoio, mesmo em situações nas quais estava em causa apenas um esclarecimento, uma informação ou uma justificação ao ouvinte.



Olhando para a classificação das mensagens feita pelos ouvintes no formulário online (*gráfico 3*), verifica-se que houve uma ligeira diminuição das “críticas”, de 56,5 para 49,2%, e um crescimento das “queixas”, de 18,1 para 27,6%. Por outro lado, houve uma menor quantidade de “sugestões” (passaram de 11,3 para 8,9%) e mantém-se sem variação significativa as “dúvidas” (passaram de 7,0 para 6,5%) e as manifestações de “satisfação” (de 4,5 para 4,7%).

Idêntica situação se verifica ao analisar a evolução dos níveis de escolaridade declarados pelos autores das mensagens (*gráfico 4*), em que também se verificam poucas diferenças de perfil relativamente a anos anteriores: o ensino superior é o grau de ensino declarado por quase 70% dos ouvintes, mantendo-se no confortável primeiro lugar que ocupa desde sempre, sugerindo uma relação directa entre uma maior escolaridade e um mais expressivo sentido crítico dos ouvintes.



Já quanto à distribuição por género, acentua-se a participação masculina como largamente maioritária, com 83% contra escassos 17% de

mensagens enviadas por ouvintes do género feminino (*gráfico 5*). A participação das mulheres encontra-se dentro de parâmetros semelhantes em todas as antenas nacionais e regionais, mas é pura e simplesmente inexistente no conjunto de mensagens relativas às emissões internacionais da RDP África e RDP Internacional.

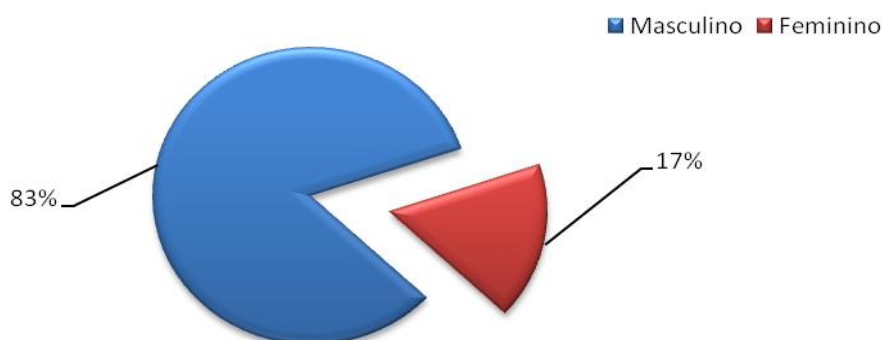


Gráfico 5: Distribuição por género

Os ouvintes que contactam o provedor são sobretudo adultos, com maior incidência nas faixas etárias acima dos 35 anos (*gráfico 6*).

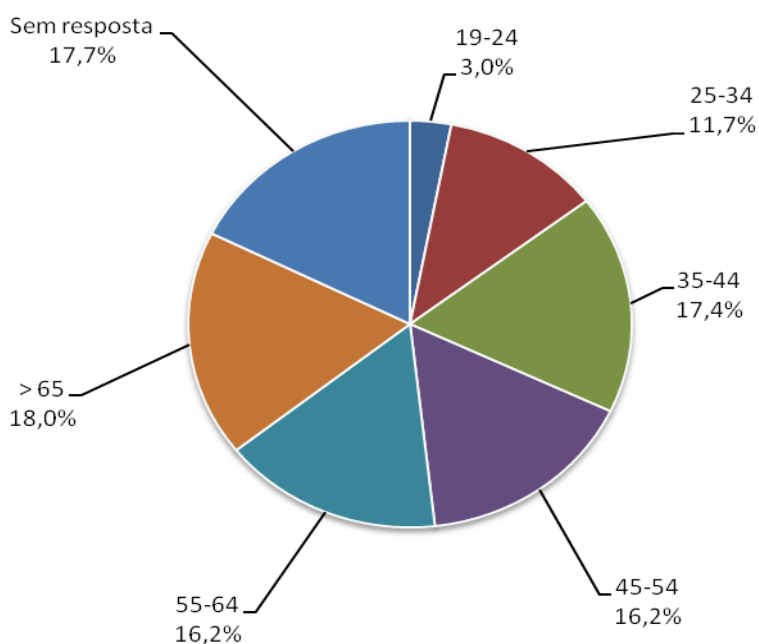


Gráfico 6: Distribuição por faixa etária

Comparativamente ao ano anterior, verifica-se que a faixa abaixo dos 18 anos, que já era residual (apenas 1,1% de participações em 2013) deixou de estar representada. Dos ouvintes entre os 19 e os 24 manteve-se a taxa de participação de 3%, enquanto que na faixa seguinte (25-34 anos) houve um ligeiro decréscimo, de 12,6% para 11,7%.

Em todas as faixas acima dos 35 anos se registou um crescimento ligeiro, mais acentuado nos ouvintes com mais de 65 anos, que passaram de 14,7% para 18% do total de participantes.

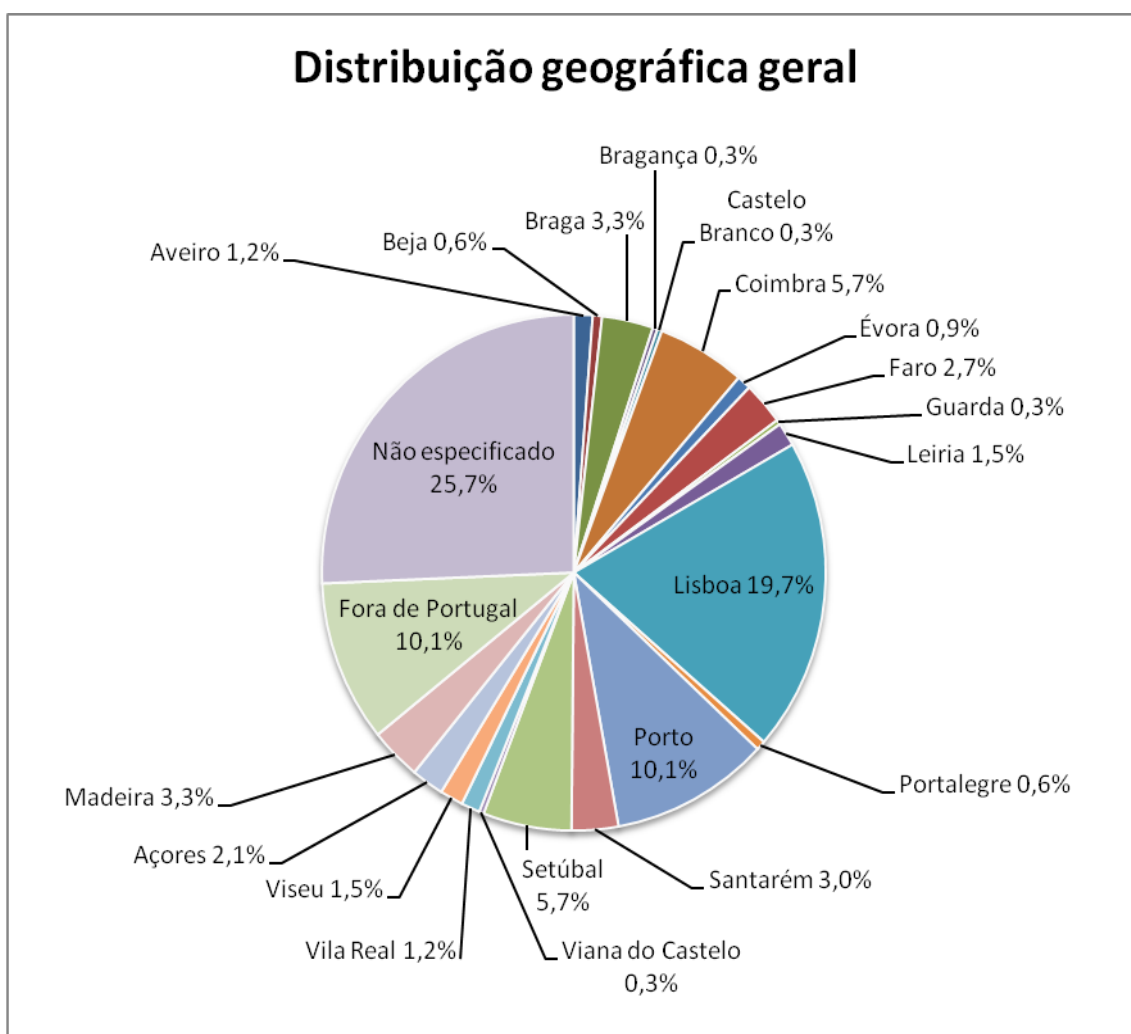


Gráfico 7

A distribuição geográfica das mensagens recebidas (*gráficos 7 a 9*) não regista surpresas de vulto. Em território nacional, o único distrito onde se registou uma quebra digna de nota foi Aveiro que, de 3,6% em 2013 passou para 1,2% do total em 2014 (1,9% se

considerarmos apenas o total de mensagens recebidas de território nacional). Mas, em contrapartida, registam-se subidas, como por exemplo: nos Açores, de 0,6% para 2,1% (3,3% no total nacional); na Madeira, de 0,6% para 3,3% (5,1% no total nacional); ou em Coimbra, de 3,4% para 5,7% (8,8% no total nacional).

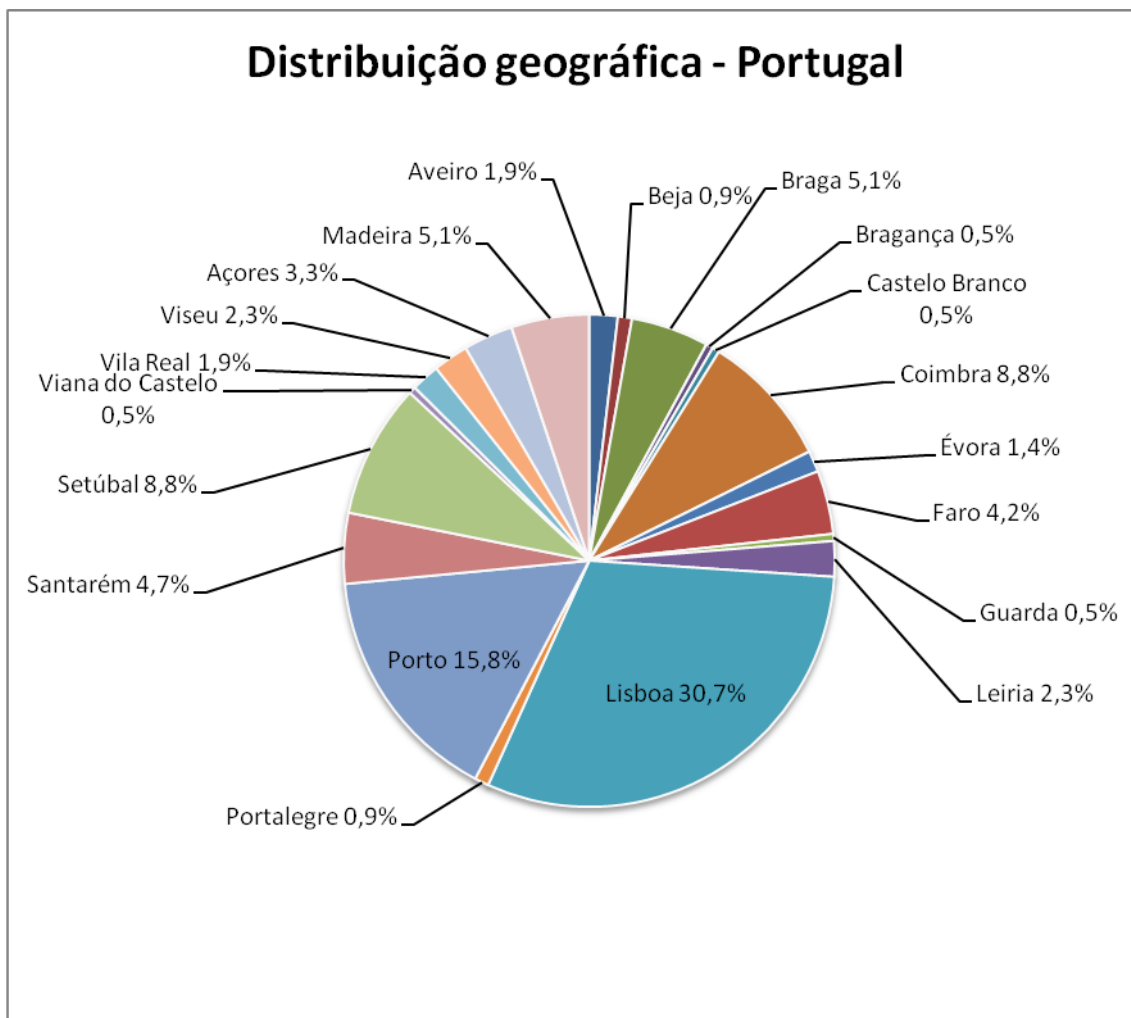


Gráfico 8: Ouvintes residentes em Portugal

Uma nota ainda para referir o universo das mensagens recebidas de fora de Portugal (*gráfico 9*) que representam pouco mais de 10% do total de mensagens com indicação de origem. A RDP Internacional, o futuro incerto da Onda Curta e as nem sempre melhores condições de recepção das emissões da rádio pública portuguesa nos lugares do mundo onde a sua presença é requerida constituem os temas da maioria das mensagens recebidas de ouvintes de todo o mundo.

Cerca de 35% das mensagens sobre rádio que chegaram ao Gabinete de Apoio aos Provedores desde fora de Portugal provêm de três países lusófonos muito diferentes entre si: Brasil (14,7%), Timor-Leste (14,7%) e Guiné-Bissau (5,9%).

As restantes vêm, sem exceção, de países onde existe uma forte presença de emigração portuguesa: de França (14,7%) e dos Estados Unidos (11,8%) chega outro terço das mensagens vindas do estrangeiro. As restantes repartem-se entre a Alemanha, Espanha e Reino Unido (8,8% cada), Canadá, Holanda, Luxemburgo e Suíça (2,9% para cada).

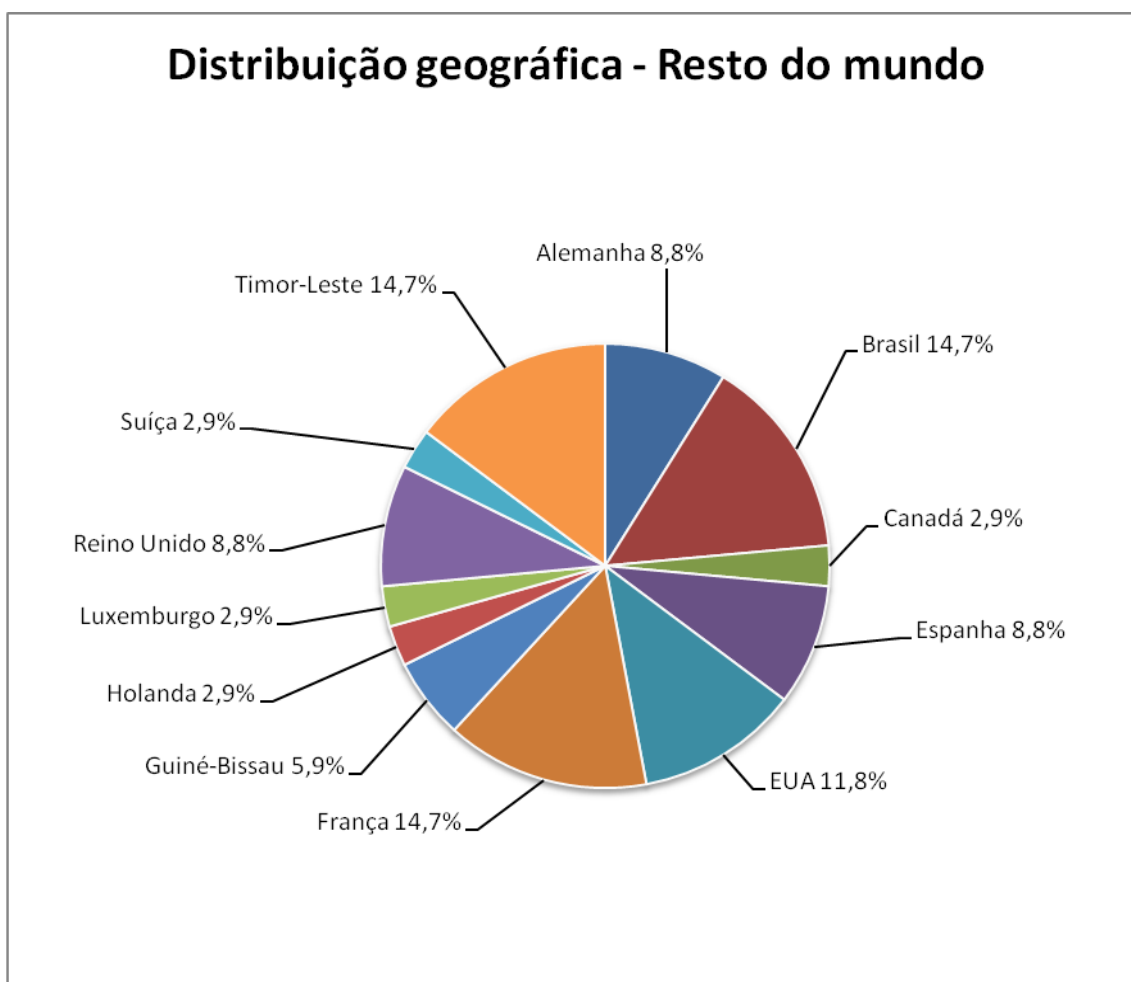


Gráfico 9: Ouvintes residentes fora de Portugal

Em Nome do Ouvinte: temas e convidados

A Provedora do Ouvinte apresentou 39 programas **Em Nome do Ouvinte**, transmitidos nas diversas antenas do serviço público de rádio, resultando num total de cerca de 80 horas de emissão na Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, RDP Açores e RDP Madeira.

Os temas dos programas reflectem, na sua maioria as dúvidas, preocupações ou queixas dos ouvintes, destacando-se a discussão em torno da isenção e parcialidade na informação noticiosa e de actualidade, no desporto e na prestação dos comentadores.

Rubricas com temáticas menos consensuais, como *O Amor é*, *Hora do Sexo*, *Os Dias do Averso* ou *Linha Avançada*, bem como programas de Antena Aberta (*Antena Aberta* ou *Prova Oral*) são igualmente visados nas mensagens dos ouvintes com maior frequência. Da mesma forma, o

comentário político - tantas vezes sujeito a observações de parcialidade e falta de diversidade na selecção dos comentadores - o humor e as opções editoriais de selecção musical motivam a divergência nas opiniões levando à manifestação dos ouvintes.

Paralelamente, a Provedora procura contribuir para a ampliação do conhecimento público sobre a rádio, sua produção, técnicas e conteúdos, entrevistando especialistas nacionais e internacionais do sector, e trazendo à antena temas que a rádio tende a menosprezar em função da agenda política e noticiosa, como a educação, ciência, tecnologia, cultura ou museologia.

Foram os seguintes os temas e os convidados do programa *Em Nome do Ouvinte*, que se encontra disponível em podcast no Portal da RTP:

Nº	Tema	Emissão	Convidados
1/14	O ano em revista – segunda parte. Alguns dos temas em destaque durante 2013	3/Jan	
2/14	Podcasts. Qualidade do som. Isenção e parcialidade na rádio pública em análise.	10/Jan	
3/14	Reestruturação e novos estatutos da Rádio e Televisão de Portugal. Entrevista com o ministro da tutela.	17/Jan	Ministro Miguel Poiares Maduro
4/14	Os novos estatutos da RTP. Entrevista com o presidente da Entidade Reguladora para a Comunicação Social	24/Jan	Carlos Magno, presidente da ERC
5/14	Reestruturação da RTP. Entrevista com o presidente do Conselho de Administração.	31/Jan	Alberto da Ponte, presidente do CA da RTP
6/14	Os novos estatutos e a reestruturação da RTP. Entrevista com o presidente do Conselho de Opinião.	7/Fev	Manuel Coelho da Silva, presidente do CO

7/14	Dia Mundial da Rádio – emissão especial	14/Fev	
8/14	O que esperam os ouvintes da rádio pública? Perspectivas de quem toma decisões na rádio	21/Fev	
9/14	O que esperam os ouvintes da rádio pública? As opiniões de quem diariamente trabalha para os ouvintes	28/Fev	
10/14	Antena 3: o programa da manhã revisto pela Provedora (I parte)	7/Mar	Diogo Beja
11/14	Antena 3: o programa da manhã revisto pela Provedora (II parte)	14/Mar	Diogo Beja
12/14	A Hora do Sexo, desporto, publicidade, O Amor É. Programas e rubricas em análise	21/Mar	
13/14	Entrevista com o Director de Informação da rádio pública a propósito de queixas de ouvintes	28/Mar	Fausto Coutinho, director de Informação
14/14	Os relatos de futebol em debate	11/Abr	Gonçalo Ventura, José Nunes, Nuno Matos, Pedro Luís Cid
15/14	Entrevista com os directores dos Centros Regionais dos Açores e da Madeira – I parte	2/Mai	Sidónio Bettencourt (subdir. CRA) e Miguel Cunha (subdir. CRM)
16/14	Entrevista com os directores dos Centros Regionais dos Açores e da Madeira – II parte	9/Mai	Sidónio Bettencourt (subdir. CRA) e Miguel Cunha (subdir. CRM)
17/14	RTP Ensina: o novo portal de educação da RTP	16/Mai	João Barreiros

18/14	Fora do 5, Antena Aberta e traduções. Questões colocadas por ouvintes.	23/Mai	
19/14	Portugalex, manhãs da Antena 1, A Hora do Sexo, Prova Oral. Questões colocadas por ouvintes.	30/Mai	
20/14	A missão do serviço público na rádio. A opinião dos especialistas - I	6/Jun	Luís Bonixe (prof. univ. e investigador)
21/14	A missão do serviço público na rádio. A opinião dos especialistas - II	13/Jun	Madalena Oliveira, (prof. Univ. do Minho)
22/14	A missão do serviço público na rádio. A opinião dos especialistas - III	20/Jun	Guy Starkey (Univ. Sunderland) e Roberto Suárez Candell (EBU)
23/14	Música com palavrões na rádio. A análise da provedora	27/Jun	
24/14	Música com palavrões. Entrevista com um editor discográfico	4/Jul	Paulo Junqueiro (Sony Music)
25/14	Música com palavrões. Entrevista com um divulgador e antigo editor	11/Jul	David Ferreira
26/14	O Mundial de Futebol na rádio pública.	18/Jul	Alexandre Afonso (coordenador Desporto A1)
27/14	Queixas de ouvintes: meteorologia e notícias	25/Jul	
28/14	Reflexões da PO sobre o presente e o futuro da rádio pública	26/Set	

29/14	Ciência e divulgação científica na rádio pública	3/Out	Carlos Fiolhais (prof. Univ. Coimbra)
30/14	Questões de ouvintes sobre aspectos da programação do serviço público de rádio	10/Out	
31/14	A Comunicação Social em Portugal	17/Out	Joel Neto (cronista)
32/14	Questões colocadas por ouvintes sobre futebol e humor.	24/Out	
33/14	A educação e a rádio pública	31/Out	Hermínio Correia (CNAP)
34/14	Queixas e sugestões de ouvintes relativas à informação meteorológica e de trânsito	7/Nov	
35/14	6ª Conferência Anual da ERC: As novas fronteiras da regulação na era digital (I parte)	14/Nov	Carlos Magno (pres. ERC)
36/14	6ª Conferência Anual da ERC: As novas fronteiras da regulação na era digital (II parte)	21/Nov	Carlos Magno (pres. ERC)
37/14	A museologia e o património na rádio pública	28/Nov	Inês Bettencourt da Câmara (prof. univ. e investigadora)
38/14	Queixas de ouvintes sobre transmissões de futebol	5/Dez	Alexandre Afonso, coordenador de Desporto
39/14	Queixas de ouvintes sobre questões de Informação	12/Dez	Fausto Coutinho, director de Informação

