

A PARTICIPAÇÃO DA UNIVERSIDADE NO NOVO MODELO DE COMUNICAÇÃO DA 2: PORTUGUESA

Gabriela Borges

**Ciccom - Centro de Investigação em Ciências da Comunicação - Universidade do
Algarve Investigadora de pós-doutoramento da Fundação para a Ciência e Tecnologia
Escola Superior de Educação, Campus Penha, Faro, Portugal, 8000**

A 2:

A abertura do mercado e a concessão de licenças de funcionamento aos canais privados na década de 1990 reconfigurou o mercado audiovisual português e pressionou a discussão a respeito do papel e das funções a serem desempenhadas pelo serviço público de televisão. Neste período, o governo e a sociedade civil estiveram envolvidos em diálogos a fim de regular o serviço público de radiodifusão. A Rádio e Televisão Portuguesa encontrava-se em crise, com enormes dívidas agravadas principalmente devido à abolição da taxa de licença paga pelos cidadãos em 1991 e à redução da emissão de publicidade em função das pressões exercidas pelos dois canais privados, SIC e TVI, cujas licenças foram concedidas respectivamente em 1992 e 1993. O défice financeiro da RTP cresceu de cerca de 50 milhões em 1995 para 200 milhões em 2001, enquanto os canais privados aumentaram consideravelmente os seus lucros.

Com a vitória do Partido Social Democrata para a legislatura do governo em 2002, o Conselho de Ministros anunciou a intenção de privatizar o segundo canal e manter somente um canal público de perfil generalista. Esta medida foi muito contestada devido ao facto do segundo canal ser considerado pela elite cultural como o melhor canal da televisão portuguesa. Com a hesitação e o descontentamento presente em diversos sectores da sociedade, o governo designou um Grupo de Trabalho coordenado por Helena Vaz da Silva para avaliar o funcionamento do serviço público de rádio e televisão. Os resultados apresentados em Setembro de 2002 recomendavam a não privatização da RTP.

Em Dezembro de 2002 o governo apresentou as suas próprias propostas no documento intitulado “Novas Opções para o Audiovisual”¹. Este documento salientou a crise de identidade do sector em relação à estratégia, à organização e à integridade, principalmente devido ao incumprimento das suas obrigações de serviço público, à perda das audiências, aos altos custos de produção e de recursos humanos e à má gestão dos fundos públicos. As novas estratégias delineadas para a reestruturação do serviço público de rádio e televisão enfatizavam a defesa e a garantia da identidade nacional e a complementaridade dos princípios básicos do serviço público (educar, informar e divertir) em todos os géneros da programação, promovendo assim a diversidade e a inovação.

O modelo de radiodifusão de televisão proposto no documento “Novas Opções para o Audiovisual” apresentado pelo governo do Partido Social Democrata previa a entrega do segundo canal de serviço público à diversas entidades da sociedade civil, que se encarregariam de oferecer uma programação fora do âmbito do operador de serviço público. O Ministro da Presidência Morais Sarmiento salientou que o segundo canal tinha sido criado como uma “via de comunicação e relacionamento directo entre os diferentes parceiros e o público, sem intermediação do Estado”.

Com o Contrato de Concessão Especial de Serviço Público² assinado em 17 de Novembro de 2003, a RTP2 é substituída pela A 2: com uma concessão por um período de oito anos. A concessão especial tem por objecto um serviço de programas com enfoque nos conteúdos de âmbito educativo, cultural, infantil e social. Para esse efeito foram definidas áreas de intervenção e parceiros institucionais que garantissem uma programação de qualidade dirigida a públicos segmentados abrangendo as seguintes áreas de actuação: cultura, ciência, investigação, inovação, acção social, desporto, confissões religiosas, produção independente, cinema português apoiado pelo ICAM, ambiente e defesa do consumidor e experimentalismo audiovisual.

Na fase inicial da concessão, a A 2: foi gerida pelo operador público de televisão, que garantiu a emissão, os recursos humanos necessários à coordenação e operação e disponibilizou aos parceiros o acesso à sua capacidade de produção. O modelo definido

¹ Disponível em http://www.ics.pt/Ficheiros/serv_pub/Neo_Op_AV.pdf. Consultado em 25/09/2006.

² Disponível em www.ics.pt/Ficheiros/Legisl/CCE_SPRTP.pdf. Consultado em 28/06/2006.

apresentava uma gestão económico-financeira autónoma em busca de auto-sustentação, cujo orçamento global foi estimado em 50% do orçamento dedicado ao canal RTP2. O objectivo do progressivo desenvolvimento deste modelo era a “autonomização completa, traduzida na assunção total de responsabilidades pelo conjunto dos parceiros e na posterior atribuição da licença”. No entanto, a revisão da Lei da Televisão prevista para o ano de 2006 deve alterar este modelo e propor a restituição do controle do canal ao serviço público de televisão.

O processo de reestruturação do segundo canal da televisão pública levou cerca de dez meses e em Outubro de 2003 foi entregue à sociedade civil com uma nova imagem capitaneada pelo nome A 2:. O modelo adoptado enfatizou o seu carácter mini-generalista, informativo e cultural, cujo objectivo é facilitar o acesso ao conhecimento por meio de uma programação de qualidade que responda às necessidades de públicos específicos, particularmente os jovens, as minorias e os cidadãos com dificuldades de comunicação ou mobilidade. De acordo com o plano de comunicação da A 2:³, a grelha de programação teve uma renovação de 76% do seu tempo de emissão a fim de atingir um público mais alargado do que aquele tradicionalmente atingido pela RTP2 e foi organizada a partir das quatro áreas temáticas: educativa, cultural, infantil e social.

Assim, a A 2: passou a ter um papel complementar em relação à RTP1 e aos outros canais do panorama audiovisual português. A sua missão é reforçar os princípios de universalidade, coesão e proximidade do serviço público de televisão por meio da diferença; defender a língua, a cultura e a História portuguesa; promover a integração do indivíduo na sociedade e a compreensão das suas instituições, da história das civilizações, da defesa do ambiente, das minorias e do papel das religiões⁴.

A participação da sociedade civil na A 2: se efectua através da parceria com instituições tais como fundações, instituições de solidariedade social, ordens profissionais, associações, institutos, órgãos de comunicação social, universidades e O.N.G.s. e produtoras independentes. As formas de participação estabelecidas foram as seguintes: fornecimento de programas ou sequências para serem integrados em programas (em regime de produção ou co-produção), cedência de meios humanos ou materiais, apoio técnico e científico, cedência de

³ Disponível em www.dois.tv/images/anova2.pdf. Consultado em 10/10/06.

⁴ Disponível em www.dois.tv/images/anova2.pdf. Consultado em 10/10/06.

direitos de gravação e transmissão de programas e/ou eventos, patrocínios de espaços ou programas da grelha.

O funcionamento do canal foi seguido por um Conselho de Acompanhamento composto por representantes dos parceiros conforme definido no Contrato de Concessão Especial de Serviço Público, cujo objectivo é avaliar o cumprimento dos objectivos de serviço público assim como a complementaridade, a qualidade e a diversidade da programação.

Esta abertura à sociedade possibilitou o acesso do público aos valores, às temáticas e às realidades que, em geral, não encontram cobertura nos *media* e disponibilizou uma nova oferta de programas para públicos novos e variados. Os parceiros participaram principalmente nos programas dos formatos Contentor Cidadania e Contentor Familiar e as produtoras independentes ficaram responsáveis pela produção da maioria dos programas nacionais e dos documentários. Na opinião do director do canal, Jorge Wemans (Borges, 2006), os parceiros agregaram valor à programação devido ao facto de terem tempo de antena para propor soluções para os mais diversos problemas que afligem a sociedade portuguesa. Em termos culturais, os exemplos dados pelos parceiros influenciam positivamente o *modus vivendi* dos portugueses, pois trazem um certo optimismo e uma visão de que os problemas podem efectivamente ser resolvidos.

De acordo com o plano de comunicação⁵, os conceitos definidos para serem transmitidos com a criação da nova imagem são os seguintes: Abertura a Novos Canais, Experimentalismo nos Formatos, Representação das Minorias e Pequenos Segmentos, Didactismo na Actuação Social, Pluralidade de Conteúdos e Sentidos, Multiplicidade de Intervenientes, Eclectismo e Abrangência, Ousadia no Conceito, Inovação na Identidade, Construção de uma Diferença, Capitalização da A 2: como Marca, Abertura do Acesso de Novos Segmentos da Sociedade.

Em termos de estratégias de imagem de marca, o plano de comunicação define que o nome A 2 (a dois) demonstra parceria, abertura, simplicidade e um modelo que não está fechado numa instituição emissora, além de capitalizar ainda o património do antigo canal. A representação dos dois pontos (:) traduz a variedade de temáticas, personalidades e valores

⁵ Disponível em www.dois.tv/images/anova2.pdf. Consultado em 10/10/06.

trazidos pelos novos parceiros, a versatilidade e a diversidade de representações geradas pelo novo formato e a riqueza da sociedade civil.

Em relação à qualidade, Jorge Wemans (Borges, 2006) salienta que a sua maior preocupação é fazer com que todos os programas apresentem uma óptima qualidade em termos da narrativa e da imagem (a nível técnico e gráfico), a fim de que sejam reconhecidos como uma assinatura de qualidade da A 2:. Para isso, é necessário que todos os programas tenham qualidade suficiente para serem emitidos em *prime time*, mesmo que não sejam destinados a este horário da programação. Além disso, sugere que a intenção de melhorar o visual e o conteúdo dos programas, implementar um ritmo televisual e um bom gosto característico de uma produção de carácter audiovisual tem sido uma constante.

A discussão sobre a qualidade na televisão

A preocupação com a qualidade tem sido constante nos discursos sobre o serviço público prestado pela televisão da maioria dos países ocidentais e do Japão. Raboy (1996: 266) salienta que qualidade não é um atributo objectivo que pode ser aplicado à radiodifusão. De acordo com Rosengreen *et all* (*apud* Raboy 1996: 266), a qualidade é uma relação entre uma característica e um conjunto de valores, por isso não pode ser alcançada como algo objectivo. Sendo assim, a qualidade deve satisfazer certos padrões de excelência baseados em uma série de valores ou normas. Na investigação realizada por Ishikawa e Muramatsu (1996) para o canal japonês NHK, os autores afirmam que é possível estabelecer denominadores comuns a fim de determinar os padrões valorativos relevantes no exercício das funções que se espera que a radiodifusão desempenhe numa sociedade democrática.

A discussão sobre a qualidade na televisão está relacionada com uma série de factores que podem muitas vezes ser contraditórios, por isso este é um conceito difícil de ser definido, apesar de ser um dos objectivos a ser alcançado pelos sistemas de radiodifusão de muitos países. Muitos investigadores se debruçaram sobre o tema e vários estudos têm sido realizados desde os anos 1960 a fim de definir estratégias para uma oferta de serviço público de qualidade. A dificuldade na definição do conceito está relacionada com o facto da televisão ser um objecto de estudo bastante complexo, uma vez que apresenta um sistema de expressão que pode ser interpretado sob diversas perspectivas.

Raboy (1996: 269-70) argumenta que o serviço de televisão é o resultado de uma interação complexa de várias actividades desenvolvidas por diversos actores nas esferas social, cultural, política e económica. Para cada tipo de actividade, pode ser definido um conjunto de objectivos que são, de facto, critérios para se avaliar a qualidade da actividade. No que diz respeito à esfera política, a configuração da estrutura do sistema será definida de acordo com os objectivos das políticas públicas, os tipos de serviços a serem oferecidos e as acções dos políticos. Na esfera económica a grelha de programação será definida conforme os objectivos de mercado e a actuação dos radiodifusores, enquanto na esfera cultural os objectivos da produção dos programas serão definidos conforme a actuação dos profissionais. E, na esfera social, a performance do canal será definida de acordo com os objectivos do mandato em vigor e as condições das licenças estabelecidas pelos reguladores.

Na opinião de Pujadas (2002: 7-9), a qualidade da televisão pode ser abordada a partir de quatro aspectos: a qualidade do sistema televisivo, a qualidade dos canais de televisão, a qualidade da programação e a qualidade dos programas individuais. Esta comunicação pretende discutir a qualidade no mesmo sentido discutido por Pujadas em relação à análise da qualidade de programas individuais, que pode ser realizada sob duas perspectivas: por meio do uso de elementos de valorização externa aos programas e à própria televisão, como a política, a economia, a ética ou a crítica televisiva ou por meio do uso de elementos de valorização interna aos programas. As valorizações externas ao meio apresentam um tipo de análise que valoriza muito o contexto social e cultural. Por outro lado, a valorização dos elementos internos aos próprios programas contém uma quantidade significativa de parâmetros de avaliação que permitem sistematizar de maneira clara o discurso sobre a qualidade do programa televisivo.

Nos estudos sobre a qualidade de programas individuais, os parâmetros de avaliação contemplam, em geral, os seguintes critérios: o conteúdo dos programas: temas, uso de linguagem vulgar, não trivialização; a forma dos programas: estrutura narrativa, construção dos personagens, tramas argumentativas; a mensagem audiovisual, que refere-se à forma e ao conteúdo dos programas e as referências ao género. A investigação de pós-doutoramento que está em curso propõe uma grelha de avaliação com diversos critérios que contemplam o plano de expressão, o plano do conteúdo e o plano da mensagem audiovisual. Uma vez colectados os dados referentes a cada um dos programas, os resultados são verificados em relação aos

parâmetros de qualidade definidos para estes três planos em cada uma das áreas da programação da A 2:, nomeadamente, as áreas educativa, social, cultural e infantil.

Na área educativa, o canal veicula basicamente programas produzidos pelos Gabinetes de Audiovisual das universidades e pela Universidade Aberta. Na rubrica Universidades, as produções são realizadas pelos alunos dos cursos de Ciências da Comunicação, com excepção do programa 3810 UA da Universidade de Aveiro, que é produzido por uma produtora independente. Os programas Caleidoscópio, ESEC-TV e E:2 são produzidos respectivamente pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Escola Superior de Educação de Coimbra e Escola Superior de Comunicação Social e abordam temas relacionados à comunidade académica e à sociedade em geral. Os programas da Universidade Aberta são veiculados a partir de um protocolo entre esta e a RTP, sendo que não são produzidos especialmente para a A 2:, referem-se aos cursos à distância desta Universidade.

Sendo assim, os parâmetros de qualidade a serem discutidos em relação à produção dos programas na área educativa são os seguintes:

Plano da Expressão

- a) Estímulo ao experimentalismo e à inovação da linguagem televisual.
- b) Ousadia, criatividade e originalidade do formato.
- c) Qualidade artística do formato.

Plano do Conteúdo

- a) Papel institucional a ser desempenhado pelas universidades
 - Promoção e divulgação das actividades de ensino e investigação,
 - Uso do seu potencial para gerar discussões, reflexões e fomentar o interesse da comunidade a respeito de temas variados, fomentando o acesso e a divulgação do conhecimento na sociedade.
 - Implicações pedagógicas, sociais e políticas do diálogo que a universidade pode promover não somente na comunidade académica, mas também nas comunidades vizinhas assim como na sociedade em geral.

- b) Utilização do potencial pedagógico dos programas na formação de futuros profissionais, pois os alunos são responsáveis pelas produções.
- Fomentar a discussão a respeito da formação do olhar crítico e reflexivo dos alunos, ou seja, analisar até que ponto os alunos são estimulados a pensar criticamente a televisão e são treinados a utilizar as qualidades intrínsecas à natureza televisual para criar, contar e compartilhar histórias e, conseqüentemente, programas que agreguem valores e que estimulem não somente a democratização da sociedade, mas também a mudança de foco dessa completa banalização que assolou a comunicação social nos últimos anos tanto em Portugal como em outros países do mundo.
- c) Cumprimento das funções política, de mobilização de valores, de estímulo à interactividade, de estímulo à participação sociocultural e à diversidade.
- Produção de narrativas úteis, no sentido discutido por Mepham (1990), que geram uma multiplicidade de sentidos que reflectem e têm reflexos na formação dos indivíduos.

Os programas

Esta comunicação discute a qualidade em relação à produção dos programas Caleidoscópio, ESEC-TV e E:2.

Caleidoscópio:

Programa produzido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. De acordo com as informações disponíveis no site da instituição⁶, o nome do programa pretende servir como uma espécie de “sistema de espelhos reflectores” da actualidade nacional e das actividades científicas e culturais de todos os departamentos da universidade e promover o discurso científico e de reflexão por meio da exibição de debates, documentários, curtas-metragens e reportagens. Apresenta quatro rubricas: PlaneSpotting, Gerador, Estaleiro e Pixel. PlaneSpotting é o magazine de actualidades da vida académica na universidade e em Lisboa; Gerador promove debates de temas da actualidade sobre o ponto de vista científico; Estaleiro

⁶ Disponível em www.caleidoscopio.ulusofona.pt. Consultado em 30/10/2006.

apresenta trabalhos de todos os géneros produzidos pelos alunos e Pixel é um magazine de cultura jovem realizado pelos alunos. Tem uma duração de 30 minutos e é exibido às segundas-feiras depois da meia-noite.

Os programas analisados nesta comunicação foram veiculados nos dias 20 de Junho, 03 e 10 de Outubro de 2006. Nos dias 20 de Junho e 03 de Outubro foram exibidas, respectivamente, as curtas-metragens Entrelinhas e Speculum e no dia 10 de Outubro foram veiculados vários videoclips. De acordo com o director geral do programa, Prof. Doutor José Manuel Damásio⁷, a intenção do programa é veicular as produções realizadas pelos alunos nas disciplinas da licenciatura em CVCM da Universidade Lusófona.

Não foi possível conhecer a produção das outras rubricas do programa nas emissões seleccionadas, isso prejudicou a discussão dos parâmetros de qualidade propostos. As curtas-metragens exibidas não tinham um carácter experimental, no sentido em que se podia perceber que era o resultado de um exercício destinado a ensinar os alunos a contarem e produzirem uma história audiovisual sem grandes erros e desequilíbrios narrativos. Neste sentido pode-se mencionar que o enquadramento, a edição, a actuação dos personagens e o áudio estavam bem realizados. Os grafismos de introdução e encerramento do programa, assim como a produção dos videoclips, mostram que os alunos têm conhecimento e domínio das técnicas de computação gráfica e de manipulação dos aparatos de vídeo e edição.

Sendo assim, a participação da Universidade Lusófona na rubrica Universidades, pelo que foi possível inferir na visualização de apenas três programas, serve como uma espécie de vitrine para exibir o que de melhor é produzido pelos alunos e futuros profissionais da área do Vídeo e da Comunicação desta universidade.

Os parâmetros propostos para a discussão, que contemplam uma preocupação de carácter mais político e social, no sentido de discutir o papel desempenhado pela universidade na divulgação e democratização do conhecimento e na formação crítica dos alunos, não se aplicam a este caso, uma vez que a preocupação da universidade mostra-se de carácter mais artístico e cultural. Porém, pode-se reflectir sobre a sua contribuição na formação do gosto estético e do deslocamento do olhar, no sentido de estimular nos alunos o desenvolvimento de

⁷ Entrevista realizada pela autora em Setembro de 2006.

uma competência de vertente mais artística. Este poderia ser um dos objectivos do programa, mas constata-se que as curtas e os videoclips não escapam de uma produção de natureza comercial.

ESEC – TV:

Programa produzido por alunos e estagiários da licenciatura em Comunicação Social, com a colaboração de estudantes de outras licenciaturas da Escola Superior de Educação de Coimbra (ESEC). Com duração de 30 minutos e exibição às quartas-feiras depois da meia-noite. As emissões a serem analisadas foram veiculadas nos dias 10, 17 e 24 de Maio de 2006.

O programa ESEC-TV apresenta-se como uma magazine cultural que aborda várias actividades e eventos desenvolvidos no Instituto Politécnico de Coimbra e na cidade de Coimbra. Carolina Névoa, aluna do 1º ano de Ciências da Comunicação, apresenta o programa com um estilo natural e descontraído. Em termos de formato, mostra cerca de seis reportagens por emissão, acompanhadas por entrevistas com as pessoas envolvidas nos diferentes eventos e actividades. Os temas da emissão do dia 10 de Maio foram XIII Edição do evento Caminhos do Cinema Português, jazz contemporâneo, património cultural português, cultura, educação, paz e direitos humanos. No dia 17 de Maio foram abordados os temas música, marketing, educação, comunicação organizacional e responsabilidade social e em 24 de Maio moda, educação, música, teatro, jornalismo, jazz e artesanato.

A partir da abordagem de uma ampla variedade de temas, o programa procura cobrir eventos significativos da escola e da cidade de Coimbra que geralmente não têm com a cobertura dos meios de comunicação tradicionais. O programa tem um alto teor informativo nos diversos conteúdos temáticos abordados, se por um lado apresenta a agenda cultural, por outro dá a conhecer as tradições da cidade de Coimbra assim como os temas que estão em discussão na universidade, como por exemplo a responsabilidade social das empresas, o empreendedorismo dos jovens portugueses, a criatividade e a inovação presentes nas actividades do curso de Comunicação. Neste sentido, o ESEC-TV apresenta uma preocupação com algumas das reflexões mencionadas nos parâmetros de qualidade. Em primeiro lugar, coloca a cidade de Coimbra na pauta da agenda cultural de Portugal e mostra o seu dinamismo artístico, pois em geral somente Lisboa e Porto têm visibilidade nos *media*, em segundo lugar dá a conhecer as actividades do Instituto Politécnico de Lisboa, principalmente

aquelas organizadas pelos próprios alunos, em terceiro lugar ensina os alunos a fazer reportagens e entrevistas variadas, além de contribuir para a sua formação crítica, tanto cultural quanto social e política.

E:2:

O programa da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa apresenta temas abordados pelos alunos sob a forma de documentário, debate, reportagem, entrevista, *vox pop*, *videoclip*, ficção, anúncio publicitário ou arte vídeo. Tem duração de 30 minutos e é exibido quintas-feiras depois da meia-noite. As emissões 70, 71 e 72 foram veiculadas nos dias 4, 11 e 18 de Maio de 2006. Os temas da emissão 70 foram publicidade, exposição de marionetas criadas a partir do livro Dom Quixote de la Mancha, Prémio Revelação Ficção da Associação Portuguesa de Escritores, curta-metragem Bem Mal, as actividades de institutos de acção de solidariedade social e as actividades e saídas profissionais do curso de Fisioterapia do Instituto Politécnico de Lisboa. O programa 71 abordou os temas da publicidade, exposição de fotografia, doação de sangue na ESCS, tunas académicas, entrevista com a Prof^a. Doutora Estrela Serrano e as saídas profissionais e actividades da área de medicina nuclear do Instituto Politécnico de Lisboa. E o programa 72 apresentou os seguintes temas: cinema, fado de Alfama, entrevistas sobre um ex-aluno e autor de um livro recém-lançado, actividades de institutos de acção de solidariedade social e as actividades e saídas profissionais do curso de Farmácia do Instituto Politécnico de Lisboa.

Sem um apresentador ou apresentadora para introduzir os temas a serem abordados, o programa é introduzido por uma pergunta de carácter descontraído e às vezes até mesmo humorístico que é feita aos alunos dos diversos cursos da ESCS. Nestas três emissões os temas foram publicidade e cinema. O formato é organizado a fim de mostrar curiosidades e/ou actividades do curso, dos alunos ou ex-alunos do curso, eventos de Lisboa, a rubrica portaberta, dedicada às acções de solidariedade social, e para concluir actividades da área de saúde do Instituto Politécnico de Lisboa com entrevista aos alunos. Em termos de design gráfico, apresenta grafismos criativos que demonstram a competência dos alunos. Entretanto, em termos de condução das entrevistas, percebe-se que os alunos ainda estão a aprender a manusear o microfone. Por outro lado, os enquadramentos são bem fechados e a edição só mostra as respostas dos entrevistados, excluindo as perguntas do entrevistador(a), agregando assim um estilo bastante televisual ao programa.

Da mesma maneira que o programa ESEC-TV, a ESCS optou pela produção de uma magazine cultural com temas variados sobre o curso, o Instituto Politécnico de Lisboa e a cidade de Lisboa. Entretanto, não inova nem experimenta com a linguagem televisual, apesar de escolher temas interessantes para as emissões. Sendo assim, a ESCS promove as suas actividades de ensino e investigação, fomenta o interesse da comunidade sobre os seus cursos na área de saúde, no caso destas emissões e, de certa forma, informa e promove o acesso e a divulgação das suas competências na sociedade. Além disso, é possível perceber que os alunos aprenderam a usar os recursos disponíveis na construção de um discurso televisivo.

Considerações Finais

Para concluir, é possível afirmar que os três programas analisados nesta comunicação têm em comum o facto de servirem como laboratório de aprendizagem para os alunos dos cursos de Comunicação e de vitrine de divulgação das actividades realizadas pelas universidades envolvidas. Constatou-se assim que o formato de magazine cultural tem a vantagem de proporcionar um leque de possibilidades em termos de modulações criativas e, ao mesmo tempo, permite que produções de diversas naturezas possam ser exibidas.

Ao contrário do que havia sido proposto em termos de parâmetros de qualidade em relação à área educativa da A 2, os programas da rubrica Universidades não estão particularmente preocupados com o cumprimento de suas funções política, de mobilização de valores, de estímulo à interactividade e à participação sociocultural e de questionamentos que geram debate de opiniões e confronto de ideias. Neste sentido, pode-se questionar em que medida produções desta natureza agregam valor à programação da A 2: que, como se sabe, está a trabalhar para melhorar a qualidade do serviço que oferece ao seu público. Originalmente, a A 2: destinou o tempo de emissão às universidades a fim de divulgar o experimentalismo que deveria estar presente nos gabinetes de audiovisual dos seus cursos. Entretanto, o que se nota é que os programas produzidos não apresentam nenhum diferencial pelo facto de terem sido produzidos nos gabinetes de audiovisual das universidades, uma vez que a produção do canal público poderia perfeitamente produzir o mesmo tipo de programas.

Sendo assim, fica o desafio para a reflexão a respeito da contribuição de produtos audiovisuais experimentais e inovadores que a universidade pode efectivamente oferecer ao segundo canal da televisão portuguesa.

BIBLIOGRAFIA

A 2.: [Em linha]. Disponível em <http://www.dois.tv/> [Consultado de 01/05/2006].
Borges, Gabriela. (2006).

Entrevista a Jorge Wemans. *Intermidias*, 8 (no prelo). [Em linha]. Disponível em www.intermidias.com.

Caleidoscópio. [Em linha]. Disponível em www.caleidoscopio.ulusofona.pt. [Consultado em 30/10/2006].

Contrato de Concessão Especial de Serviço Público. [Em linha] Disponível www.ics.pt/Ficheiros/Legis/CCE_SPRTP.pdf. Consultado em 28/06/2006.

E:2. [Em linha]. Disponível em www.e2.ipl.pt/ [Consultado em 30/10/2006].

ESEC-TV. [Em linha]. Disponível em www.esec.pt/esec-tv [Consultado em 30/10/2006].

MEPHAM, John. (1990). The Ethics of quality in television. In: Mulgan, Geoff. *The Question of quality*. Londres, British Film Institute.

Plano de Comunicação da A 2.: [Em linha]. Disponível em www.dois.tv/images/anova2.pdf [Consultado em 25/06/2006].

Presidência do Conselho de Ministros. (2002). Relatório Novas Opções para o Audiovisual. [Em linha]. Disponível em http://www.portugal.gov.pt/NR/rdonlyres/CBEF799D-BC35-4B28-9DFB-021CAC512BA2/0/Novas_Opcoes_Audiovisual.pdf [Consultado em 01/05/2006].

Pujadas, Eva (2002). Televisió de qualitat i pragmatisme. In *Quaderns del CAC*, Nº13, 7-10.
Raboy, Marc. Legal, institutional and research perspectives on broadcast programme quality in Canada. In *Quality assessment of television*. Ishikawa, Sakae (ed.). University Luton Press, 1996.

Radiotevisão Portuguesa S.A. (2003). Contrato de Concessão Especial de Serviço Público. [Em linha]. Disponível em www.ics.pt/Ficheiros/Legis/CCE_SPRTP.pdf [Consultado em 28/06/2006].

Relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão. (2002). [Em linha]. Disponível em www.ics.pt/Ficheiros/serv_pub/Rel_S_P_TV.pdf [Consultado em 10/01/2006].