

Universidade da Beira Interior
Faculdade de Artes e Letras

A Televisão na Internet: o caso da TVI24

David Barôa

Relatório para obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo

Orientador:
Professor Doutor Joaquim Mateus Paulo Serra

Covilhã, Junho de 2010

Agradecimentos

Um profundo agradecimento ao meu orientador, Professor Doutor Paulo Serra, por toda a atenção, dedicação, inspiração e motivação que me proporcionou no decorrer do meu trabalho. Agradeço ao Professor Doutor João Canavilhas pelo esforço que efectuou na obtenção do estágio. Agradeço a toda a equipa da TVI que me recebeu e me ajudou no meu trabalho. Agradeço aos meus pais, familiares e amigos, que sempre me apoiaram.

Resumo

A massificação da Internet trouxe inúmeras possibilidades. Comunicar à distância nunca foi tão simples e rápido como agora. Todos os dias surgem novas aplicações que respondem à necessidade que o ser humano tem em se relacionar com os outros e com o mundo. O jornalismo é, hoje em dia, impensável sem a Internet. Este trabalho tenta explicar como é que um canal de televisão, mais concretamente a TVI, utiliza este novo meio para divulgar informação.

A página de informação da TVI não é, por enquanto, uma nova forma de assistir televisão, mas oferece a possibilidade de o utilizador interagir em tempo real com a programação, através de comentários ou pelo envio de conteúdos multimédia. O *site* é sobretudo um veículo de transmissão de informação e entretenimento, que pretende criar uma relação de proximidade com telespectador e ao mesmo tempo chegar a um público diferente daquele que costuma ver televisão: o utilizador da internet.

Palavras-chave: Televisão; Internet; Interacção; TVI.

Abstract

The Internet expansion brought up new endless possibilities. Long distance communication has never been so simple and so fast as nowadays. New forms of communication are developed every day to satisfy the human need of interaction with other beings and with the world and journalism can no longer exist without the Internet.

This project aims to explain how a broadcast channel like TVI is using this new technology to transmit information and to receive the user's reviews as well.

The TVI's webpage is not yet currently a new way of watching television, but on the other hand it also provides some form of interaction: users may comment the real time video transmission or they may as well send in multimedia contents. The website is by now mostly a new way of having information and leisure contents available and its goal is to provide a closer relationship with the usual viewer and at the same time to establish a wider range relationship with a different kind public: the internet user.

Keywords: Television; Internet; Interaction; TVI.

Índice

Introdução	p. 06
Capítulo I – A história da televisão	p. 08
1. Os primeiros passos de um novo meio.....	p. 08
2. Limitações à forma de emissão de conteúdos.....	p. 09
3. Consequências da televisão.....	p. 11
4. A televisão em Portugal.....	p. 13
5. Uma nova linguagem para um novo meio.....	p. 16
6. Programação televisiva.....	p. 18
7. Considerações finais.....	p. 20
Capítulo II – A televisão na Internet	p. 21
1. O aparecimento da Internet.....	p. 21
2. Os utilizadores da Internet.....	p. 22
3. Internet: a junção de vários meios.....	p. 25
4. A Internet e a informação.....	p. 27
5. A Internet supera a televisão.....	p. 29
6. O comportamento dos internautas portugueses.....	p. 31
7. Considerações finais.....	p. 35
Capítulo III – A TVI e a TVI24	p. 36
1. A Televisão Independente.....	p. 37
2. A redacção da TVI e TVI24.....	p. 38
Capítulo IV – Metodologia	p. 40
1. Questões de investigação.....	p. 40
2. Metodologia utilizada.....	p. 40
3. Entrevista ao editor do Online.....	p. 42
4. Considerações finais.....	p. 44

Capítulo V – Análise dos resultados	p. 45
1. A Observação no local.....	p. 45
1.1 O estágio na TVI.....	p. 45
1.2 A interacção entre o Online e a televisão.....	p. 47
1.3 TVI24. O mundo em tempo real.....	p. 48
2. Análise do <i>site</i> da TVI24.....	p. 49
2.1 A página inicial.....	p. 49
2.2 A notícia.....	p. 53
2.3 Os vídeos.....	p. 55
2.4 A pesquisa dentro do <i>site</i>	p. 56
2.5 A interacção.....	p. 57
3. A entrevista ao Editor da TVI24.....	p. 59
3.1 A rotina da secção Online.....	p. 59
3.2 Conteúdos da página Web.....	p. 61
3.3 Alterações ao TVI24.....	p. 61
3.4 Dificuldades sentidas.....	p. 63
 Capítulo VI – Conclusão	 p. 64
 Referências	 p. 67
 Anexos	 p. 70
Anexo 1 – Notícia do jornal “Metro”.....	p. 71
Anexo 2 – Interacção em tempo real.....	p. 72
Anexo 3 – Vídeos separados por categorias temáticas.....	p. 72
Anexo 4 – Tabela criada para registar a interactividade.....	p. 73
Anexo 5 – Questões colocadas ao editor do Online.....	p. 73
Anexo 6 – Notícia do “Público”.....	p. 75
 Glossário	 p. 76

Introdução

Este trabalho de investigação surge no âmbito do Mestrado em Jornalismo da Universidade da Beira Interior. O tema escolhido foi a televisão na Internet porque considero ser esta uma área interessante e acerca da qual ainda não existem, devido ao seu curto período de existência, muitas conclusões. Também no âmbito do Mestrado surgiu a oportunidade de estagiar por um período de seis meses no canal de televisão TVI, o que representou uma mais-valia para a investigação.

Nunca como nos dias de hoje a sociedade esteve tão informada. A quantidade de informação que está ao dispor da população, quer seja por meio da imprensa, da rádio ou da televisão, é o espelho da necessidade que o ser humano tem de consumir informação. De todos estes meios, a televisão foi, sem sombra de dúvida, o meio que mais contribuiu para a democratização da informação. Porém, como refere Correia (1998), nos primeiros anos de existência da televisão nada fazia prever que esta adquirisse o estatuto que hoje tem.

O aparecimento de um novo meio, como a Internet, veio agitar as estações de televisão. Não só a forma de obtenção de dados e contacto com as fontes se tornaram mais rápidos, mas também a produção de informação passou a ser constante.

A presente dissertação teve como objectivo conhecer a forma como uma estação de televisão lida com a Internet. Para cumprir essa tarefa foram formuladas as seguintes questões: Qual o actual panorama da página online de um canal televisivo? Poderá a Internet vir a ser uma forma alternativa de ver televisão? Que conteúdos são introduzidos no *site*?

A resposta a estas questões começou por surgir através da consulta de diversos autores. No primeiro capítulo, “A história da televisão”, é feita uma exposição acerca dos aspectos mais relevantes relativos ao aparecimento deste meio, sendo referidas as principais dificuldades sentidas quer a nível da tecnologia, quer a nível da linguagem a utilizar. É dada especial importância ao caso da televisão em Portugal.

No segundo capítulo, intitulado “A televisão na Internet”, é apresentada inicialmente a história da Internet, bem como os motivos que levaram ao seu

aparecimento. Como refere Castells, pela primeira vez existe um meio que é criado por muitas pessoas, para ser consumido por muitas pessoas também. São apresentados, de igual modo, alguns dados estatísticos relativamente à utilização da internet, tanto na Europa como em Portugal. Um outro aspecto importante abordado neste capítulo diz respeito à forma como os meios de comunicação lidam com este novo meio, bem como à opinião que a população tem acerca da informação que é aí transmitida.

No capítulo terceiro, “A TVI24”, é feito um enquadramento da história da TVI. Graças à oportunidade de estagiar no próprio local sobre o qual incidia a investigação, é feita uma descrição da redacção de informação deste canal de televisão, bem como dos serviços que são necessários para a produção de notícias.

No quarto capítulo, intitulado “Metodologia”, são apresentadas todas as questões que deram origem à investigação. São apresentados o método e a técnica que foram inicialmente seleccionados para a obtenção de respostas às perguntas de investigação. São ainda referidos os obstáculos e impossibilidades que se verificaram no decorrer da recolha de dados

No quinto capítulo, “Análise dos resultados”, são apresentados os dados que foram obtidos ao longo do estágio, através de diferentes formas. É também feita uma análise aos conteúdos do *site* da TVI24 e, ainda, uma entrevista ao responsável por este meio de comunicação.

O sexto capítulo, “Conclusões”, contém os principais resultados e conclusões a que se chegou depois de analisar os diversos dados recolhidos. É ainda apresentada uma constatação que poderá ser útil nos futuros trabalhos sobre este tema.

Capítulo I – A história da televisão

As emissões televisivas, hoje em dia, não estão limitadas ao aparelho de televisão em si mesmo. Ao ser possível aceder a conteúdos televisivos em diversos meios, a televisão, enquanto conceito, adquire novas características. De acordo com o meio onde é possível ser visionada, as suas potencialidades podem ser maximizadas. Visualizar TV num telemóvel tem, por exemplo, a vantagem da portabilidade. Num computador possibilita, entre outros aspectos, maior interacção. A televisão tradicional, que se distinguia dos meios anteriores por possuir um modelo próprio e único, sofre então transformações, dando origem a novos modelos televisivos, que têm em comum o facto de serem modelos digitais. Como refere McLuhan, um novo meio incorpora sempre os conteúdos dos meios que o antecederam.

Para melhor se compreender como funciona a televisão na internet, é de extrema importância fazer uma contextualização da televisão tradicional. É esse o propósito deste primeiro capítulo, onde se fará um enquadramento da história da televisão, desde as primeiras tentativas de transmitir imagens, os obstáculos com que a TV se deparou nos primeiros tempos, as consequências que a televisão trouxe, a situação portuguesa em relação a este novo meio de comunicação, mas também as actuais necessidades, dilemas e desafios com que a televisão se depara.

1. Os primeiros passos de um novo meio

Se aquando do seu aparecimento era considerada um luxo, hoje em dia a televisão tornou-se uma necessidade e está presente em quase todos os lares. Foi necessário um grande período de tempo para que a ideia de transmitir som e imagens se concretizasse, mas, por outro lado, depressa a televisão se tornou numa importante fonte de conhecimento e entretenimento.

A história da televisão pode ser dividida essencialmente em duas eras: a era da televisão electromecânica, que compreende no fundamental o período anterior a 1935; e a era da televisão electrónica, que corresponde ao período pós-1935. No primeiro período foram efectuados principalmente testes à forma de transmitir imagens. Em 1897, o alemão Karl Braun desenvolveu o tubo

catódico, que iria mais tarde ser utilizado nos televisores. Em 1926, John Baird realizou a primeira emissão de imagens televisivas, que não apresentavam muita qualidade: apareciam turvas, não tinham contornos e eram de dimensões bastante reduzidas. No ano de 1934, Zworykin criou o primeiro iconoscópio, que decompunha uma imagem em milhares de pontos. Estas foram as primeiras aplicações práticas, que levaram à criação da televisão. Em todas estas fases de experimentação e desenvolvimento, o aspecto exterior dos aparelhos de televisão era bastante idêntico ao de um receptor de rádio ao qual era incorporado um pequeno ecrã. Este novo meio era encarado, pelos profissionais da rádio, com certo desprezo. “Ninguém na altura pôde prever o fabuloso potencial daquela caixa, que iria modificar profundamente a face do mundo, para o melhor e para o pior” (Correia, 1998, p. 35).

Somente após a II Guerra Mundial a televisão teve um maior desenvolvimento e procura por parte dos consumidores. Um pouco por todo o mundo começaram a realizar-se aperfeiçoamentos da tecnologia que permitia transmitir imagens e, igualmente, a testar-se emissões regulares. Nos países mais desenvolvidos e poderosos, como os Estados Unidos da América, a televisão começou a demonstrar uma certa maturidade. O estilo de vida dos norte-americanos foi, em certa parte, moldado pela omnipresença da televisão.

2. Limitações à forma de emissão de conteúdos

Algumas dificuldades marcaram e causaram limitações ao desenvolvimento da televisão, a começar pelo modo de transmissão de conteúdos por parte das cadeias televisivas. A transmissão era feita através do espectro electromagnético, que é um meio escasso e susceptível a interferências, tanto na imagem como no som. As cadeias de televisão efectuam a modulação e transmissão do seu sinal por meio de antenas de elevada potência que emitem através de ondas circulares. Porém, as referidas interferências tornaram obrigatória a protecção do sinal de cada estação, o que significa que na realidade, uma estação utiliza um espaço maior do espectro electromagnético para além daquele onde é possível captar imagem e som.

Esta necessidade de proteger o sinal levou à constatação de que as televisões esbanjam um meio que é escasso - o espectro electromagnético – e

que deve, portanto, ser criteriosamente gerido. O Instituto de Comunicações de Portugal foi forçado a conceder alvarás para emissões televisivas apenas a quatro cadeias de televisão. Esta medida justifica-se com a existência de estações de rádio, telefones móveis, comunicações com aviões comerciais ou forças de segurança. O facto de a televisão estar dependente de e baseada num veículo tão raro como é o espectro electromagnético não admite, segundo Correia, a possibilidade de retorno, o que exclui à partida qualquer interactividade.

A tecnologia existente nos aparelhos de televisão também constituiu, de início, uma significativa barreira no que diz respeito à transmissão de conteúdos. A imagem televisiva é composta por milhares de pontos luminosos, que ao mudarem de cor, dão origem à imagem que é percebida pelo espectador. Porém, não existia nos primeiros anos da televisão um consenso relativamente às normas de definição. A quantidade de linhas por ecrã variava em cada um dos diversos países onde este meio dava os primeiros passos. Este aspecto significava um enorme entrave à divulgação de conteúdos internacionais e intercontinentais. Tal obstáculo levou à necessidade de encontrar soluções: foram criadas normas de definição internacionais e desenvolveram-se técnicas que permitiram que, a partir dos anos 60, se estabelecessem ligações entre países e continentes através de satélites, uma solução que continua em uso nos dias de hoje.

O mesmo sucedeu quando se iniciaram as emissões a cores. O desenvolvimento destas emissões, hoje em dia banais, baseou-se na capacidade de reproduzir uma cor através da combinação de três cores base: o vermelho, o verde e o azul. O primeiro sistema de codificação de cor, o NTSC (*National Television System(s) Committee*, “Comité Nacional dos Sistemas de Televisão”) foi criado nos Estados Unidos da América em 1953; mais tarde surgiu o sistema francês SECAM (*Séquentiel Couleur à Mémoire*, “Cor sequencial com memória”) e o alemão PAL (*Phase Alternating Line*, “Linha de fase alternante”). Foi, portanto, necessário estabelecer normas que permitissem a transmissão de conteúdos dos mais variados países, já que todos estes sistemas, na altura incompatíveis entre si, coexistem actualmente. O sistema alemão PAL foi o adoptado em Portugal.

Algumas das tentativas levadas a cabo para modernizar a televisão analógica basearam-se apenas em aspectos relacionados com a tecnologia, colocando os conteúdos programáticos em segundo plano. Esta “incapacidade de atacar a questão dos conteúdos demonstra o estado de falência da TV tradicional, que esgotou a sua panóplia de seduções (...)” (Correia, 1998, p. 41).

3. Consequências da televisão

Apesar de já terem passado algumas décadas desde que a televisão passou a fazer parte do dia-a-dia das famílias, é ainda difícil analisar com rigor todas as consequências sociais, económicas, políticas e morais que advieram com a sua massificação. Segundo Correia (1998, p.33), “uma boa parte da história das mentalidades do século XX está indelevelmente marcada pela omnipresença televisiva (...)”. Todos sentiram o impacto da “caixa que mudou o mundo”, já que esta abriu novos horizontes, levou à mudança de hábitos, reestruturou a organização familiar, impôs novos padrões de consumo e de certa forma alterou ideais políticos, morais e religiosos. O autor vai ainda mais longe na importância que a televisão tem para a formação de uma identidade, ao afirmar que as histórias que ela contou, boas ou más, marcam o inconsciente de cada um.

O poder da televisão não termina com o fim da emissão, ou quando um espectador não está a acompanhar a programação. Torna-se assunto de conversas ao telefone, à mesa de café, nos transportes públicos ou em momentos de convívio de grupos sociais. Influencia ainda outros meios de comunicação, nomeadamente a rádio e a imprensa. Molda também as crenças e valores dos cidadãos.

Dadas as suas especificidades técnicas, a televisão condiciona o espectador, que em geral acaba por ter uma atitude de observação passiva das mensagens que recebe. As mensagens emitidas pela televisão possuem uma força tão grande que, por vezes, ocorre a ilusão de que não é necessário confirmar a informação com outro meio. Esta postura pode levar à manipulação, já que um meio tão imediato como a televisão pouco estimula uma reflexão independente; este fenómeno ocorre um pouco em todas as

origens e classes sociais. Desta forma, a opinião pública é por vezes condicionada, pois a televisão tem o poder de criar opiniões favoráveis/desfavoráveis acerca de grupos (políticos, económicos...) ou personalidades.

Alguns estudos (Muñoz, 2000; Aguaded, 2000), revelam que a televisão e o computador com ligação à internet surgem, logo a seguir aos pais e familiares, como os primeiros meios com os quais as crianças aprendem a interagir, tornando-se ainda mais forte a sua influência durante a adolescência. Este é o período da vida de um indivíduo, em que se registam profundas alterações psicológicas, afectivas e intelectuais e, principalmente, começa-se a definir a identidade. Nesta etapa, portanto, são de grande importância as emoções que o adolescente experimenta, e que lhe permitem construir o seu “eu”. O jovem procura identificar-se com modelos no meio que o rodeia: a família, os amigos, colegas ou professores. Porém, cada vez mais, estes modelos têm vindo a perder peso face à influência da televisão.

Este efeito fez-se sentir também em Portugal, apesar de durante largos anos termos tido apenas um ou dois canais estatais e de a televisão ter sido um instrumento para o regime ditatorial. A televisão Europeia, nos primeiros anos de existência, “falava de inaugurações presididas por ministros e assegurava-se que o público não aprendia mais que coisas inocentes, ou seja, mentira” (Eco, 1985, p. 196). Portugal não foi excepção, já que durante várias décadas, apenas existiu um canal controlado pelo Estado.

4. A televisão em Portugal

Em Portugal o surgimento da televisão deu-se um pouco mais tarde que nos países atrás referidos. Na década de 50, quando se davam os primeiros passos para a implementação da televisão em Portugal, já eram poucos os países europeus que não usufruíam deste novo meio de comunicação. Ainda assim, nos anos 20 do século passado, um grupo de futuros engenheiros e radioamadores de Lisboa efectua as primeiras tentativas de transmitir imagens em movimento, apenas por breves instantes. Estas experiências inéditas foram inspiradas pelo trabalho de Baird em Inglaterra e foram as pioneiras na transmissão de imagens via rádio. Após estas tentativas, o precursor da radiodifusão nacional, Abílio Nunes dos Santos, considerou instalar uma estação de televisão em Portugal, mas depressa colocou de parte a ideia, uma vez que “os conhecimentos técnicos que exige são de tal forma complicados e demandam uma tal soma de capitais para serem postos em prática pus de parte, absolutamente, essa ideia.” (Teves, 2007, p. 1).

Entre alguns dos estudantes de engenharia, radioamadores ou simples curiosos desta época, a televisão era encarada como uma conquista extraordinária, que era necessário introduzir em Portugal. “Na Europa de 50 quem ainda não tem televisão, pensa nela” (Teves, 2007, p. 2). Para esse efeito, um Grupo de Estudos de Televisão fazia o máximo que até então era permitido: trabalhos preliminares para a instalação de uma rede distribuidora de sinal de televisão, contando para isso com uma verba de 500 mil escudos. Contudo, “o Governo continua a considerar prematuro tomar posição quanto ao problema, pelo que a atitude da emissora não deve (...) ir além do estudo do problema, acompanhando a sua evolução e sem ter como perspectiva a instalação e exploração do serviço (...)”, referia um despacho em nome do Ministro da Presidência Costa Leite, a 9 de Novembro de 1956. Estes trabalhos, em conjunto com outros estudos que foram sendo apresentados por diversos entusiastas da televisão, foram o passo decisivo para a implementação em Portugal da caixa que estava a mudar o mundo. Em meados dos anos 50 surgia oficialmente a Eurovisão, que tentava a troca regular de programas das redes de televisão dos vários países, o que teve consequências um pouco por toda a Europa, inclusive em Portugal.

Quando a Comissão de Televisão deu por concluídos os seus trabalhos, foi entregue um relatório aos ministros da Presidência e das Comunicações, onde se dava a conhecer que estava em estudo a instalação nacional da Televisão e que as suas características se encontravam já definidas. Importava prevenir que fossem instalados receptores de televisão que não fossem os adequados. No Decreto-Lei nº 40 312, de 9 de Setembro de 1955, constava que “o alto custo do novo serviço não poderá dispensar o pagamento de taxas por parte dos utentes respectivos e seria inconveniente que houvesse possuidores de aparelhos a pretenderem furtar-se a esse pagamento sob o pretexto da sua inadequação à recepção dos programas nacionais.” À semelhança do que acontecera um pouco por toda a Europa, a “explosão” da televisão parecia inevitável.

Vai o povo de Lisboa tomar o primeiro contacto com uma das maiores invenções que até hoje o Mundo viu, vai conhecer os recursos de que a RTP dispõe para daqui a meses, iniciar de forma definitiva, o serviço público de radiotelevisão. Vai ter um passatempo agradável e inteiramente gratuito; e como é natural, sentir o desejo de se apetrechar com receptores para o dia, já tão próximo, em que os cinco emissores, em cadeia, levem à maior parte do País (...) um dos grandes benefícios que lhe podiam ser dados: o de conhecer, pela vista e pelo ouvido tudo o que no Mundo se passa e pode servir para a elevação do seu nível cultural e educacional e para o seu recreio.

(in O Século, 27 de Agosto de 1956)

Com este novo meio, que em breve iria estar à disposição de vários portugueses, esperava-se tornar disponível uma ferramenta gratuita que educasse e entretivesse os espectadores. De uma forma simples e rápida, como até à data nunca tinha sido possível, os espectadores poderiam igualmente ficar informados acerca de tudo o que se passava no País e no Mundo. Porém, o que se acabou mais tarde por verificar, foi que a televisão se tornou de certa forma um instrumento de propaganda política, onde tudo o que era transmitido era controlado pelo Estado Novo.

As primeiras emissões experimentais ocorreram em 1956, a partir da Feira Popular, em Lisboa. Eram antecidas do aviso de que se tratavam de um “ensaio que se alongará por alguns meses, até que esteja pronta a instalação da cadeia de emissores que cobrirá 60% do território metropolitano”

(Teves, 2007, p. 1). Estes primeiros tempos serviram para fazer experimentações e ajustes, não só no sector de produção (já que se verificou a necessidade de compreender e definir os conteúdos programáticos), mas também com o pessoal técnico que tinha problemas relacionados com as transmissões em directo a partir dos estúdios. Posto isto, as emissões só passaram a ser regulares a 7 de Março de 1957. Nos anos seguintes, a RTP chegava ao Porto, à Madeira e aos Açores, cobrindo depois todo o território nacional. No ano de 1968 começaram as emissões do segundo canal da RTP.

A evolução da televisão portuguesa está intimamente ligada aos ciclos políticos, económicos e sociais que se foram seguindo no país. Durante a ditadura era o regime que detinha a RTP e que a utilizava como aparelho ideológico. “O ditador de Santa Comba temia os feitiços da caixa de Pandora e (...) decidiu que o país não podia suportar mais que um canal de televisão, ferreamente controlado pela censura e pelos seus homens de confiança.” (Correia, 1998, p. 35).

Após a revolução de Abril de 1974 procedeu-se à nacionalização da televisão. Seis anos mais tarde têm início as primeiras emissões a cores.

Para Correia (1998, p. 36), a televisão portuguesa não soube tirar totalmente partido da liberdade que a democracia trouxe, pelo que “assim se chegou em Portugal ao crepúsculo da idade da televisão sem se haver experienciado com plenitude as suas qualidades globais”. O autor defende a tese de que, no que diz respeito à evolução da televisão em Portugal, tudo se deu com significativo atraso, até o aparecimento dos canais privados.

Nos anos noventa apareceram no nosso país, quase uma década mais tarde que no resto da Europa, dois canais privados. Pondo fim a um serviço exclusivo de 35 anos de televisão estatal surge a Sociedade Independente de Comunicação (SIC) no ano de 1992. A partir do dia 6 de Outubro desse ano tiveram início as primeiras emissões da primeira televisão independente e comercial do País.

A SIC apostou fortemente em programas de informação, entretenimento, documentários e programas de ficção, que a tornaram, em pouco menos de três anos, na estação mais vista pelos portugueses.

Um anos após o aparecimento da SIC surge o segundo canal privado português: a Televisão Independente (TVI). Os seus primeiros anos de

emissão foram marcados pela importação de formatos estrangeiros e níveis de audiência abaixo do esperado. Foi a partir do período compreendido entre o ano de 1999 e 2000 que se registou um acréscimo das audiências devido à aposta na ficção nacional. Com a viragem do milénio, já em 2004, a TVI tornou-se pela primeira líder absoluta de audiências no horário das 7h às 2.30 da manhã, tendo ultrapassado a SIC, que ocupava esta posição há uma década. Mais à frente será feito um enquadramento mais aprofundado e pormenorizado acerca da história da TVI.

A existência destes dois novos canais provocou, num curto espaço de tempo, mudanças no estilo de informação e programação.

5. Uma nova linguagem para um novo meio

Já quando a televisão estava a dar os primeiros passos se pensava que se estaria perante o fim do meio que a tinha antecedido – a rádio. Os especialistas temiam que, com todas as inovações tecnológicas que advinham com a televisão, a transmissão de som se tornasse algo obsoleto. No entanto, o que acabou por verificar-se não foi o fim das emissões radiofónicas mas, por um lado, a transformação da rádio para coexistir com o novo meio e, por outro lado, a adopção, pelo novo meio, das técnicas utilizadas na rádio – residindo, nesta adopção, a principal dificuldade de se trabalhar no novo meio.

Com o aparecimento da televisão foi necessário repensar o que até então já se conhecia e, ao mesmo tempo, explorar novos caminhos. A linguagem utilizada na rádio já não era suficiente - e menos ainda era adequada. A lógica de programação e os modelos para a criação de conteúdos do meio anterior não funcionavam. Veja-se o caso dos primeiros programas informativos para televisão: em tudo se assemelhavam ao modo de apresentação de notícias para rádio. As potencialidades de emissão com imagem não eram exploradas em grande escala. Na maior parte das vezes a forma de dar uma notícia era limitada à leitura de um texto por um apresentador. “Às 22h o «Noticiário». Leram-no, Gomes Ferreira e Luís Arnaut Pombeiro, que comentaram, de seguida as imagens referentes a acontecimento do país e do estrangeiro (...)”. (Teves, 2007, p. 3). Note-se que

o autor utiliza propositadamente a expressão “leram-no”, em vez de *apresentaram-no*.

Foi então “necessário proceder a uma série de ajustes nos serviços concorrentes para emissão. Não só no só no sector da produção (...) mas também no núcleo técnico.” (Teves, 2007, p.1). Daqui se extraiu uma conclusão: se a televisão lutava por encontrar a sua linguagem, a rádio tinha finalmente encontrado a sua forma de se definir. Manteve-se colada às suas especificidades e assumiu, assim, um formato definitivo. Estava, deste modo, construída a sua identidade.

Contudo, a questão da lógica de programação inadequada não era a única barreira nos primórdios da televisão. Questões de ordem técnica também influenciavam fortemente o seu desenvolvimento. “Obtiveram-se notáveis resultados desta primeira experiência, considerada a falta de prática e de conhecimentos relativos à TV dos dirigentes e dos executantes.” (Teves, 2007, p. 3).

Procurava-se, nestes primeiros tempos de experimentação, detectar e corrigir erros. As emissões eram muitas vezes interrompidas durante consideráveis períodos de tempo. Isto criava não só uma maior dificuldade em assegurar uma continuidade de programação, como também um certo desconforto para os telespectadores (apesar de estes se encontrarem fascinados com o novo meio). Passou a ser frequente o diapositivo «O programa segue dentro de momentos». “Só ao décimo dia a emissão entrou à hora (21:30h), havendo antes atrasos que variavam dos dois aos 16 minutos (...)”. (Teves, 2007, p.4).

Se, por um lado, os conhecimentos de como fazer televisão eram ainda considerados escassos, a venda de receptores de TV estava em franca expansão. Uma boa parte dos televisores encontrava-se em lugares públicos, onde muita gente assistia em simultâneo aos mesmos programas, proporcionando grandes audiências e popularidade às emissões. Superado o período de novidade, o público mostrava cada vez maior adesão às emissões e era com interesse e boa vontade que adquiria os receptores de TV. As estimativas da época apontavam para a existência de cerca de mil receptores, após um ano de se ter começado a emitir. No entanto, alguns estudos permitiram constatar que, apenas na cidade de Lisboa, o número de aparelhos

estimados para todo o país durante um ano já tinha sido largamente ultrapassado.

6. Programação televisiva

Nas páginas anteriores já foram referidos os conteúdos programáticos que eram transmitidos nos princípios da televisão portuguesa. Esta última secção do primeiro capítulo está reservada apenas à grelha programática da actualidade. Em Portugal, a programação dos quatro canais impõe a uniformidade, quer estejamos a falar do horário nobre (período considerado entre as 20h e as 23h), quer se trate do horário da manhã ou da tarde. A televisão não tem em conta a diversidade de espectadores que atinge e muito menos as diferenças, gostos e necessidades que cada pessoa possui. Neste sentido, a programação pretende que o maior número possível de pessoas assista a uma grande quantidade de programas às mesmas horas. Só assim é possível garantir um elevado número de receitas publicitárias.

A consequência de não se dar atenção ao facto de que cada pessoa tem gostos, ideias, passatempos e convicções diferentes é que, para despertar “interesse”, os conteúdos televisivos exploram as pulsões mais básicas do ser humano. Isto, segundo Correia (1998, p.37), faz com que a televisão “desça o pedestal da fama” e caia na vulgaridade.

A televisão que temos hoje em dia parece ser a causa do crescente desinteresse pela própria televisão. Na opinião de Rúben Gomes (2010), cronista no *site* de crítica de televisão *TVUniverso*, “o mundo da televisão portuguesa está estagnado”. Numa análise do actual panorama televisivo português que é bastante crítica, o autor refere, no mesmo artigo, que “hoje, ao ligar a televisão, deparo-me com uma grelha de programação praticamente idêntica em todos os canais de televisão e com programas pouco ousados e com muito pouco conteúdo.”

Figura 1 – Programação dos três canais generalistas



De facto, se escolhermos aleatoriamente um dia da semana, podemos verificar que existe uma grande semelhança nos conteúdos programáticos apresentados pelas três estações de televisão portuguesas. Durante vários momentos do dia, a RTP, SIC e TVI transmitem no mesmo horário programas idênticos, sejam de informação ou entretenimento. Também é comum, que nos mesmos horários, os programas se destinem às mesmas faixas etárias. Esta situação pode provocar por vezes no telespectador uma sensação de desinteresse pois não encontra alternativas.

A proliferação dos diversos canais de televisão, quer se tratem de canais de cabo ou não, veio alterar a quantidade e qualidade de oferta de programação, mas também a relação que esta tem com o público. Os patrocínios e publicidades tornaram-se, de certo modo, vitais para a manutenção das estações de televisão. Desta forma, criou-se “um jogo de forças em termos de audiências televisivas que passa a ser mediado pelo investimento publicitário” (Fernandes, 2000, p. 1).

7. Considerações finais

Há que salientar, no entanto, que muito embora sejam por vezes negativas as perspectivas dos diversos autores citados, todos eles concordam que a televisão tem sido, de longe, o meio de comunicação que mais impacto tem tido na sociedade e que mais controvérsia tem gerado entre os críticos ou espectadores.

As dificuldades técnicas inerentes à tecnologia da época do aparecimento da televisão e a falta de prática por parte dos profissionais para lidar com este novo meio que surgiu em meados do século passado estão hoje praticamente ultrapassadas.

O avanço tecnológico, o aparecimento de um outro meio de comunicação que incorpora som, imagem, texto e que possui um nível de interactividade que nenhum outro meio foi capaz de proporcionar, retiram aos poucos o monopólio informativo que a televisão teve nas últimas décadas. O capítulo seguinte abordará as inovações trazidas pela Internet e a forma como a TV se posiciona neste novo meio de alcance global.

Capítulo II – A televisão na Internet

No início do aparecimento da televisão, assistiam às suas emissões famílias inteiras. Mais tarde, com o aumento do poder de compra, as famílias passaram a possuir mais do que uma televisão. Os espectadores começaram então a dividir-se pela casa, em busca da programação que mais lhes agradasse. Foi talvez o primeiro sinal de que nem todos procuram consumir a mesma informação.

Para tentar acompanhar estas mudanças, as estações de televisão começaram a apostar não só na personalização de conteúdos mas também nos aspectos relacionados com a interação e uma maior portabilidade. A Internet surgiu, assim, como a ferramenta ideal que possibilita tudo isto. Contudo, o progresso não pode nem deve verificar-se apenas no que diz respeito à tecnologia, realizando simplesmente uma conversão do modelo analógico para um modelo digital: também a linguagem utilizada deve ser objecto de adaptação.

Com este segundo capítulo pretende-se fazer uma contextualização do surgimento da internet, dos motivos que levaram ao seu aparecimento, das suas características e potencialidades. Esse será o ponto de partida para entender como a televisão se coloca na Internet, tendo em conta as consequências que qualquer um destes meios tem sobre o outro. Pretende-se também discutir o ponto de vista de diversos autores quanto à introdução da televisão na Internet e à utilização que as cadeias televisivas fazem deste meio de escala global.

1. O aparecimento da Internet

Com o objectivo de melhor compreender o que é a Internet pode-se dividir esta palavra, que vem do inglês, em *net* (rede) e *inter* (entre). Em informática, designa-se por rede um conjunto de computadores interligados com o propósito de trocar informações entre si. A Internet é um conjunto destas redes interligadas por todo o mundo, muito embora seja comum a referência à Internet como *a rede*.

Na década de sessenta, o Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América pretendia criar uma forma rápida e segura de transmitir informações entre instituições que trabalhavam no desenvolvimento e fornecimento de recursos militares. Foi então no final dessa década, mais propriamente em 1969 que, a partir de um projecto deste mesmo departamento, surgiu a Internet com as funções acima referidas. ARPANET era a sigla para *Advanced Research Projects Administration NETWORK* – uma denominação que pode ser traduzida livremente como “Rede da Agência de Projectos de Pesquisa Avançados”. Ao início, a rede era constituída por apenas três computadores; porém, graças à adesão de grande parte das universidades norte-americanas, desenvolveu-se rapidamente. Este crescimento levou a que tivesse que ser dividida em duas redes de menor dimensão, separando-se as instituições militares das não militares.

A partir daqui a Internet foi “crescendo”, mais e mais redes foram sendo interligadas em todo o mundo. Hoje em dia a rede abrange todos os tipos de organizações para além das universidades e instituições militares. Prova disso é que hoje em dia praticamente todas as instituições, sejam elas ou não governamentais, meios de comunicação e empresas marcam a sua presença na Internet. A tarefa de encontrar informação sobre algo que esteja a quilómetros de distância é hoje muito mais fácil e imediata graças à disponibilização de conteúdos online.

2. Os utilizadores da Internet

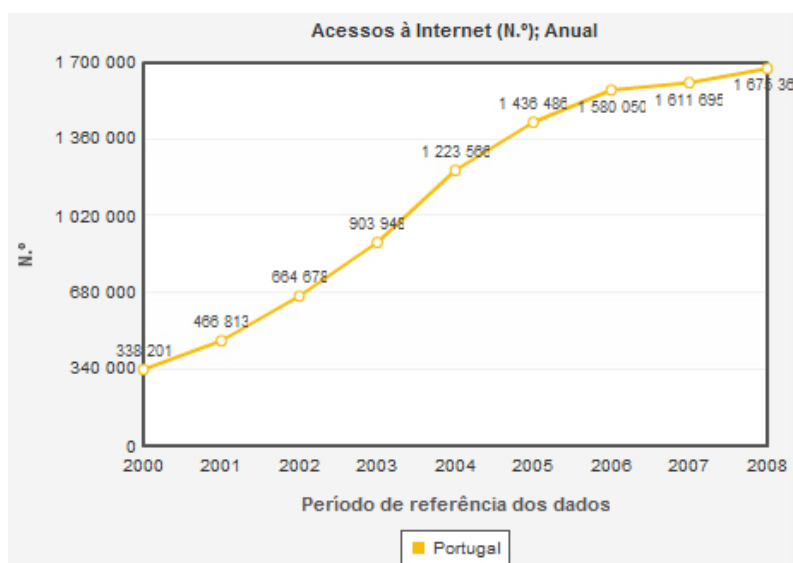
O desenvolvimento técnico tem proporcionado uma diminuição do preço dos componentes informáticos necessários para aceder à Internet, bem como do custo de acesso cobrado pelas operadoras. Também a dificuldade em lidar com esta nova tecnologia verificou significativas diminuições, já que foram sendo desenvolvidos ao longo do tempo novos interfaces, mais intuitivos para o utilizador.

A Internet passou, assim, a estar ao alcance de cada vez mais pessoas. De acordo com o Instituto Nacional de Estatística, desde o ano 2000 até ao ano 2008 (período a que se reportam os últimos estudos) o número de utilizadores com acesso à Internet em Portugal disparou de 338.201 para 1.675.363

utilizadores. Feitas as contas, o número de portugueses com acesso à Internet registou um aumento de 395 por cento em oito anos.

Figura 2 – Número de acessos à Internet em Portugal de 2000 a 2008

Período de referência dos dados	Acessos à Internet (N.º); Anual (1)
	Localização geográfica
	Portugal
	PT
	N.º
2008	1675363
2007	1611695
2006	1580050
2005	1436486
2004	1223566
2003	903948
2002	664678
2001	466813
2000	338201



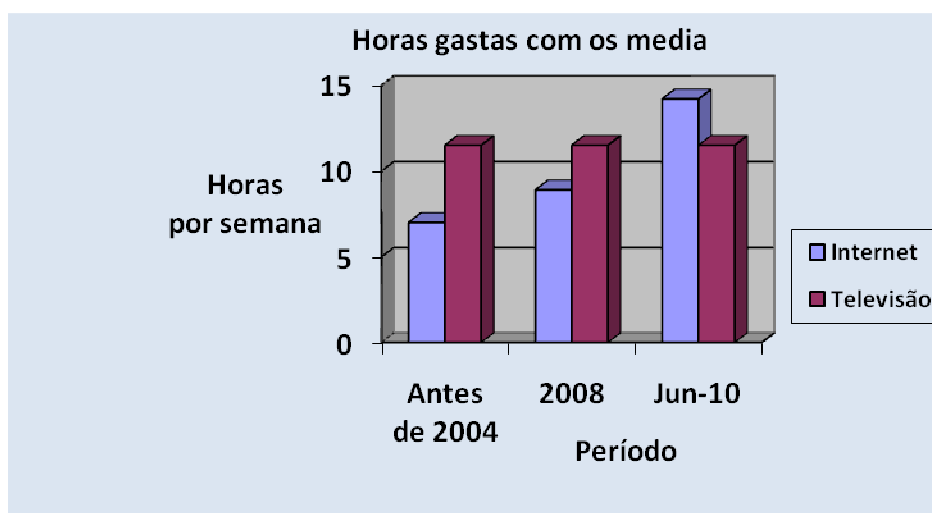
Fonte: INE (www.ine.pt), consultado em 02/05/2010

Um estudo publicado em 2009 pela empresa de programas informáticos Microsoft acerca das tendências dos consumidores Europeus relativamente à Internet revela novos dados bastante interessantes. Assim, desde o ano de 2004 que o número de pessoas com acesso à Internet de banda larga tem vindo a aumentar consideravelmente. Se em 2005 se registavam 44 milhões de

utilizadores de banda larga, em 2008 o número cresceu para 85 milhões, o que significa um aumento de cerca de 95%. Estes valores colocam a Europa à frente dos Estados Unidos da América no que diz respeito ao número de acessos à Internet de alta velocidade e elevam para 390 milhões o número total de Europeus conectados em rede, quer se trate de alta velocidade ou não. Em média, 48% dos Europeus possuem uma ligação à Internet. Este crescimento sem precedentes da Internet deve-se, em primeiro lugar, ao aumento da oferta de banda larga e, em segundo lugar, às actividades que promovem o acto de estar sempre conectado, como os serviços de mensagens instantâneas, as redes sociais ou ver televisão e ouvir rádio através da Web.

Tendo em conta o actual panorama da Internet e de acordo com as últimas tendências de crescimento, a Microsoft estima que no Verão de 2010 o consumo de Internet ultrapasse pela primeira vez o consumo da televisão tradicional. O *site* de partilha de vídeos *Youtube* registou já o dobro dos acessos feitos às televisões norte-americanas (ANEXO 1). Se em 2008 os Europeus despendiam cerca de 8,9 horas por semana a navegar na Internet, calcula-se que a partir de Junho de 2010 este número aumente para as 14,2 horas semanais, ultrapassando assim o consumo de televisão, que se deverá manter nas 11,5 horas semanais.

Gráfico 1 - Quantidade de horas dispendida semanalmente com a Televisão e a Internet



Legenda: Gráfico elaborado pelo autor com base nos dados do estudo da Microsoft (Os valores para Junho de 2010 são resultado de uma projecção feita em 2009).

Ainda assim, o mesmo estudo refere que existem discrepâncias entre os países do norte da Europa e os do sul quanto à taxa de penetração da Internet. Se no norte da Europa a taxa ronda os 76%, já no sul, onde se localiza Portugal, a taxa é de apenas 45%. No caso concreto do nosso país esta taxa de penetração situa-se nos 39,8%, o que representa cerca de 4,2 milhões de utilizadores da Internet.

A forma mais comum de aceder à Internet ainda é através de computadores, sejam eles portáteis ou fixos, representando no total 95% em comparação a outras formas de acesso, como os telemóveis, por exemplo. Apesar do exponencial aumento de utilizadores que se tem vindo a registar, a Microsoft prevê que dentro de cinco anos o acesso à Internet feito a partir de computadores diminua para 50%, já que cada vez mais existem dispositivos móveis que possibilitam a ligação à rede. Os peritos da Microsoft acreditam que dentro de pouco tempo não importará o local onde nos conectamos à Internet, já que esta estará em todo o lado, possível de aceder nos dispositivos que utilizamos no dia-a-dia.

3. Internet: a junção de vários meios

A Internet foi criada e pensada, desde os seus inícios, para permitir comunicar de forma distinta dos anteriores meios de comunicação. Assim, ela possibilita que utilizadores de todo o mundo se conectem e comuniquem entre si, trocando informações e pesquisando assuntos que lhes interessem, possibilitando ainda “pela primeira vez a comunicação de muitos para muitos em tempo escolhido à escala global.” (Castells, 2004, p. 16).

Chamada por vezes de “enciclopédia digital”, é possível encontrar na Internet informação sobre os mais variados temas, desde uma notícia de última hora sobre um acidente, até ao *trailer* de um filme de há décadas atrás, por exemplo. Basta, para isso, que alguém disponibilize a informação online. Para o fazer tem à sua disposição um sem-número de ferramentas, grande parte delas gratuitas. Estas mesmas ferramentas oferecem a possibilidade de comunicar não só através de texto, mas também com imagens e vídeos. Existem igualmente serviços mais especializados num destes tipos de conteúdos, dando preferência a imagens ou vídeos. Relativamente a este

último tipo de conteúdos calcula-se que cerca de 300 milhões de pessoas em todo o mundo acedam a vídeos online, de acordo com os dados do estudo *Europe logs on* (2008). É referido também que 28% dos europeus pesquisam vídeos na Web e 42% os europeus entre os 18 e os 24 anos de idade assistem a emissões televisivas online.

As empresas aperceberam-se de que os cibernautas estão capacitados e interessados em colocar informações online e, com o passar do tempo, têm tirado partido do potencial que a Internet oferece, desenvolvendo ferramentas que tornam a elaboração e publicação de conteúdos cada vez mais fáceis para os utilizadores. Exemplos destas ferramentas são os blogues, o Twitter ou o MySpace, que dão voz a qualquer pessoa que, de outra forma, talvez não conseguisse transmitir as suas ideias. De facto, de acordo com o estudo *Europe logs on* da Microsoft estas últimas ferramentas, juntamente com sites de visualização de vídeos e ainda o e-mail, representam 65% da utilização que é feita na Internet.

Ainda assim, apesar de ser possível aceder a uma quantidade infinita de assuntos, nem toda a informação que seria desejável encontrar está disponível na Internet. Como refere Lemos (1998, p. 4), ela é um meio ainda em construção. Novas ferramentas vão sendo desenvolvidas, enquanto outras caem no esquecimento. O factor novidade e as possibilidades tecnológicas definem, em grande parte, as tendências a seguir.

À semelhança do que aconteceu quando surgiu a televisão, também a Internet utiliza uma linguagem e uma forma de apresentar conteúdos em parte semelhantes aos meios que a antecederam. Quando surge um novo meio, os anteriores não deixam de ser utilizados, antes pelo contrário, há a tendência para o novo meio e os anteriores coexistirem e se influenciarem. Como já foi referido, é possível encontrar informação sob a forma de texto (como nos jornais), som (como na rádio), imagens estáticas (como na fotografia ou pinturas) ou imagem em movimento (como na televisão e cinema). É comum que a informação seja apresentada por mais de um destes géneros em simultâneo, ou seja, com texto, imagem e vídeo, por exemplo. A Internet é, portanto, um meio de comunicação multimédia.

Os sucessivos avanços tecnológicos têm feito da Internet um meio de comunicação essencial. Uma das suas principais vantagens é a rapidez com

que se tem acesso à informação, em comparação com os outros meios tradicionais. De acordo com Lemos (1998, p. 2), esta redução de tempo e custos de comunicação à distância proporciona novas actividades como o teletrabalho, o tele-ensino, a telemedicina ou a teleconferência.

Contudo, o autor sublinha que dificilmente a Internet poderá substituir a comunicação presencial. “A Internet é apenas mais um meio que hoje está disponível para a comunicação entre as pessoas.” (Lemos, 1998, p. 288). Sobre este assunto, o autor conclui que é importante conhecer quem usa a Internet, de que forma o faz e porque o faz, já que a ela acedem pessoas de todo o mundo, com diferentes culturas, classes sociais, convicções políticas e religiosas. Deste modo poderá ser possível saber como “melhorar” a Internet para as pessoas que já a usam e conhecer o que pode ser feito para cativar as pessoas que não a utilizam.

4. A Internet e a informação

Com o desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação, surgem soluções mais cómodas e eficazes nas tarefas que desempenhamos diariamente. Já não é necessário sair de casa para comprar o jornal ou ter uma televisão por perto para se estar a par das últimas notícias. Este desenvolvimento também se aplica à rotina dos diversos meios de comunicação tradicionais, já que um dos seus principais interesses é a rápida divulgação de notícias. Este aspecto fez com que a imprensa, a rádio e a televisão tenham sido considerados desde sempre como tendo uma grande utilidade pública.

A periodicidade com que os meios publicam notícias é uma característica importante. O facto de se saber a que horas sai para as bancas uma determinada publicação, ou a que horas é emitido um telejornal, permite à população saber quando vai ter uma actualização de notícias. Assim, existe sempre um intervalo de tempo entre os momentos em que ocorrem os factos e a altura em que os mesmos são divulgados pelos meios de comunicação.

A Internet veio de certa forma acelerar o tempo de espera por novas notícias, já que oferece aos utilizadores a possibilidade de informar grandes audiências com relativa facilidade, quer em termos de conhecimentos técnicos,

quer de investimentos financeiros. Esta questão da actualização constante e imediata de informações coloca, por vezes, dúvidas quanto à credibilidade desta. Isto prende-se com o impulso por parte dos meios de comunicação de quererem ser os primeiros a noticiar determinado acontecimento ou ainda com o facto de recorrerem à informação disponibilizada por outro meio sem efectuar a confirmação junto das fontes. Ainda quanto à credibilidade podem igualmente ocorrer dúvidas na medida em que qualquer pessoa pode publicar o conteúdo que deseje, quer se trate de um profissional de jornalismo ou não. Lemos acredita que, “com o tempo, as pessoas vão-se habituar a dar credibilidade a quem dê provas de a merecer” (Lemos, 1998, p. 343). De facto, e de acordo com o relatório *A experiência televisiva na Sociedade em Rede*, 36,6% dos Portugueses afirma confiar na informação contida na Internet, 32,1% diz confiar bastante, 15% confia pouco, 11,2% não confia e apenas 5,1% confia totalmente (Obercom, 2008, p. 16).

Os meios de comunicação como a rádio, a imprensa ou a televisão dirigem-se sobretudo a grandes audiências. Para suportar os custos da sua produção recorrem geralmente à publicidade, não podendo por isso, ser dirigidos a um público demasiado restrito. A Internet pode ser considerada uma excepção, já que é um meio onde mais facilmente um utilizador individual consegue divulgar notícias que sejam do interesse de um grupo mais exclusivo de pessoas. Como muitas das ferramentas que estão à disposição para divulgar notícias são gratuitas ou oferecem a possibilidade de incorporar anúncios, torna-se mais fácil apontar o foco a um conjunto mais restrito de pessoas.

Actualmente a maioria dos jornais, rádios e estações de televisão marcam presença na Internet. Os responsáveis dos meios de comunicação tradicionais parecem ter a noção de que este novo meio pode ser mais um veículo para atrair a atenção para o formato original. Um jornal, uma rádio ou uma estação de televisão que divulguem notícias através da internet, fazem-no geralmente de forma gratuita para os utilizadores. Para Lemos a difusão de notícias por meio da Internet poderá prejudicar as audiências do meio original. Na minha opinião a televisão não se encontra ainda verdadeira e totalmente ameaçada pela internet, já que, baseado quer na minha análise ao site na TVI24, quer nas declarações do seu editor (obtidas durante o estágio), um

utilizador que obtenha informação através da página online de um meio de comunicação poderá mais facilmente ser atraído para o formato original, a fim de complementar a notícia.

Há ainda outro aspecto relevante no que diz respeito à preferência por parte dos telespectadores pelo meio tradicional de ver televisão (pelo menos durante alguns anos), que se prende com o facto de a difusão de vídeos através da Internet ter certas limitações de qualidade, não por culpa das estações que produzem os conteúdos, mas das condições de acesso à Internet por parte dos utilizadores.

Até que a qualidade dos vídeos disponíveis na Internet seja semelhante à imagem emitida pela televisão há ainda um longo caminho a ser percorrido. Porém, e apesar destas diferenças, as estações de televisão lutam entre si para chegar ao público através da Internet. De acordo com Bruce (1999) os responsáveis pelos sites de televisão online apostam em seguir as novas tendências desenvolvidas pelo mundo das comunicações. As cadeias de televisão tentam, desta forma, chegar mais perto dos utilizadores. Não é portanto de estranhar que muitas delas marquem presença em redes sociais como o Facebook ou criem aplicações para dispositivos móveis como o iPhone. Desta forma não só demonstram que estão a par dos últimos avanços tecnológicos, como também se deslocam para novas plataformas e se adaptam às preferências de cada utilizador.

5. A Internet supera a televisão

Como foi atrás mencionado, estima-se que na Europa, em Junho de 2010, as horas despendidas na Internet superem o tempo gasto a ver televisão. Certo é que em 2008 a Internet já ultrapassou todos os restantes meios de comunicação existentes, à excepção da televisão, como principal fonte para notícias nacionais e internacionais. Nessa altura tornou-se bastante evidente, segundo a Microsoft, que grande maioria dos jovens adultos deixou de consumir informação por meio da televisão para o passar a fazer através da Internet.

Para Bruce, desde os filmes de aluguer que não existia um potencial substituto da televisão tão forte como é a Internet, sendo esta o que há de mais

parecido com o conceito de televisão interactiva. À semelhança desta última, a Internet requer uma atitude activa por parte do utilizador, tornando-se de certo modo mais difícil conciliar outras actividades com a navegação na Internet. O espectador deixa de ser um consumidor passivo de informação, podendo escolher entre milhões de fontes de informação ou entretenimento. O mesmo autor defende ainda que a existência de tantas possíveis fontes de informação pode sobrecarregar o utilizador.

Ao contrário do que sucede com um telejornal, onde a informação apresentada já passou por uma selecção e tratamento, na Internet cabe ao utilizador decidir o que quer ou não visionar. Com a Internet, Bruce acredita que o poder que é dado aos utilizadores de escolherem a informação contribui para uma redução do perigo de sobrecarga de notícias. O autor parece assim contradizer-se a si próprio, já que em relação aos diversos canais de televisão existentes afirma que “muitas escolhas requerem por vezes um desconfortável investimento em tomar e executar decisões.” (Bruce, 1999, p. 10).

Para Bruce os meios de comunicação que não se baseiam nas tecnologias digitais encontram-se numa situação de declínio. Este facto prende-se não com uma questão de estética ou a uma maior comodidade, mas simplesmente com facto de serem mais viáveis economicamente; portanto, quer as empresas quer os consumidores tendem a utilizá-los mais. Os preços de acesso à Internet estão continuamente a ser mais atractivos devido aos sucessivos avanços tecnológicos no processamento e transmissão de dados.

Bruce mostrava-se, no fim da década de 90 do século passado, bastante céptico quanto à possibilidade de transmissões televisivas via Internet; ou, pelo menos, não acreditava que se pudesse estabelecer uma comparação em relação aos formatos emitidos tradicionalmente pela televisão, quer a nível de duração, quer a nível de conteúdo. “A Internet tem uma estrutura de rede errada e a sua largura de banda é demasiado pequena para (transmitir) televisão.” (Bruce, 1999, p. 328). O autor encara, no entanto, a possibilidade de a Internet continuar a competir com a televisão no que diz respeito a serviços de entretenimento, mas não de informação. Bruce não colocou a hipótese de as dificuldades técnicas, nomeadamente a escassez de banda larga, virem a ser superadas, como se tem vindo a verificar.

De facto, se compararmos a Internet de hoje em dia com a que existia há uma década atrás não é de estranhar que Bruce estivesse um pouco reticente acerca das suas potencialidades. A banda larga tornou realidade as ideias para criar televisão para a rede, algo que não parecia viável há 10 ou 15 anos. Esta nova tecnologia possibilitou não só a emissão online da programação das televisões convencionais mas também levou à criação de canais exclusivos para a Internet. A qualidade de som e principalmente de imagem em movimento ainda não é idêntica à da televisão tradicional mas as diferenças têm-se vindo a tornar cada vez menos evidentes. Segundo Borga (2008), a fraca qualidade de imagem por vezes é compensada pelos conteúdos dos documentos em si.

Apesar de tudo, esta luta pela descoberta do modelo ideal da televisão na Internet é um jogo que “envolve vários intervenientes, incluindo os consumidores e as agências de publicidade, em que cada um deles possui um objectivo específico.” (Bruce, 1999, p. 4). Às cadeias de televisão interessa-lhes certamente aumentar as audiências (e conseqüentemente as receitas advindas da publicidade), aos agentes publicitários importa-lhes que mais pessoas adquiram o seu produto, e aos telespectadores importa-lhes essencialmente aceder a mais e melhores serviços a preços cada vez mais económicos.

Nunca um meio foi tão influenciado e “forçado” a reinventar-se, pelos seus utilizadores, como a Internet. Os consumidores experienciam actualmente grandes níveis de liberdade de acesso aos conteúdos de informação e comunicação e, como conseqüência, a tarefa dos agentes publicitários torna-se mais difícil. Estes continuam a querer dirigir-se a altos níveis de audiência, mas concentram-se mais em focar a mensagem na pessoa certa, na altura certa com a mensagem certa.

6. O comportamento dos Internautas Portugueses

Para concluir este capítulo sobre a televisão na Internet achei que teria interesse incluir alguns dados recentes que permitissem conhecer melhor a ligação que os portugueses têm com este meio. Uma vez que se trata de uma

compilação dos dados que achei mais pertinentes não considerei que se justificasse incluí-los num capítulo à parte.

O artigo “Tendências e Contradições no Sistema Televisivo: Da Televisão Interactiva à Televisão em Rede”, de Cardoso e Santos (2004), apresenta importantes conclusões acerca do papel da televisão e da Internet em Portugal, com base numa investigação levada a cabo por uma equipa de colaboradores do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE) juntamente com o Internet Interdisciplinary Institute (IN3). Nesse artigo mostra-se que em Portugal o tempo diário de recepção dos meios de comunicação é de 6h39m para os utilizadores regulares de Internet (às quais se devem acrescentar 30 a 45 minutos de ligação à internet) e de 7h09m para os não utilizadores.

Relativamente à confiança na informação transmitida nos diversos meios, os utilizadores da Internet afirmaram confiar mais na televisão e na rádio (78,7% para cada) e consideram menos fiável a informação disponível na Internet (embora atinja valores acima dos 70%).

Ainda de acordo com Cardoso e Santos as pessoas que navegam na Internet consideram ver televisão como a sua actividade preferida (33,6%) enquanto que aceder à Internet aparece em segundo lugar com 27,7% das preferências. Entre aqueles que não utilizam a Internet, a preferência pela televisão atinge valores mais elevados (74,6%), seguindo-se-lhe a rádio a grande distância, com 9,3%.

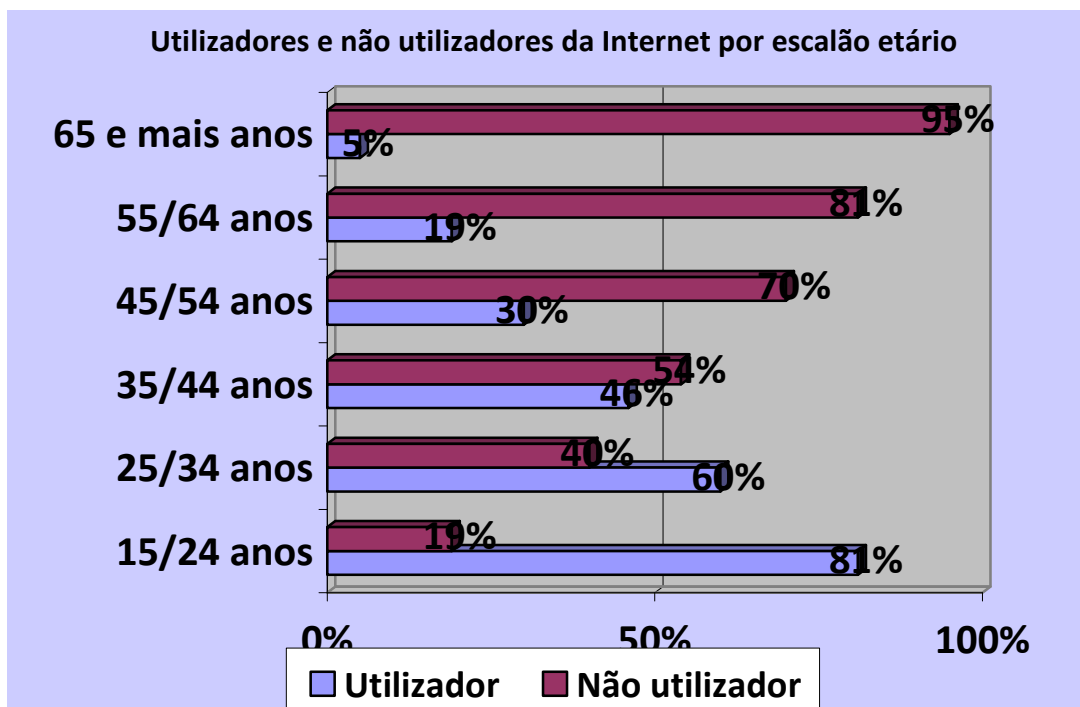
No que respeita à interacção com os meios de comunicação, as pessoas que costumam navegar na Internet fazem-no com mais frequência do que aqueles que não utilizam a Internet, independentemente da tecnologia a que recorram para o fazer. Isto pode ser explicado pelo facto de que pessoas que têm baixa literacia tecnológica tendencialmente interagem menos com os meios de comunicação.

Quanto aos motivos que levam as pessoas a interagir com a televisão os investigadores encontraram importantes aspectos: fazem-no para expressar uma opinião, seja num assunto específico ou numa votação mas também para comunicar com os restantes utilizadores.

O relatório *A Sociedade em Rede - Internet*, de 2009, apresentado pelo Obercom, vai mais a fundo quanto ao comportamento dos internautas portugueses. Quando questionados sobre se costumam utilizar a Internet, 52% dos portugueses respondeu negativamente. Quanto ao género, o estudo revela que 43% dos homens utilizam a Internet, enquanto nas mulheres estes valores se situam nos 39%.

Um outro aspecto de extrema importância que é analisado diz respeito às taxas de utilização da Internet por faixas etárias, que tal como os autores referem, diz muito acerca da utilização desta. Enquanto no escalão etário acima dos 64 anos se encontram apenas 5% de utilizadores, no extremo oposto, dos 15 aos 24 anos, a taxa de penetração da Internet é bastante superior, rondando os 81%. Avançando nas faixas etárias, verificamos que dos 25 aos 34 anos a taxa de utilização é de 60% e dos 35 aos 44 anos de idade 46% são utilizadores da Internet. Já dos 45 aos 54 anos observa-se que 30% utilizam a Internet e dos 55 aos 64 anos apenas 19% o fazem.

Gráfico 2 - Utilizadores e não utilizadores da Internet por escalão etário

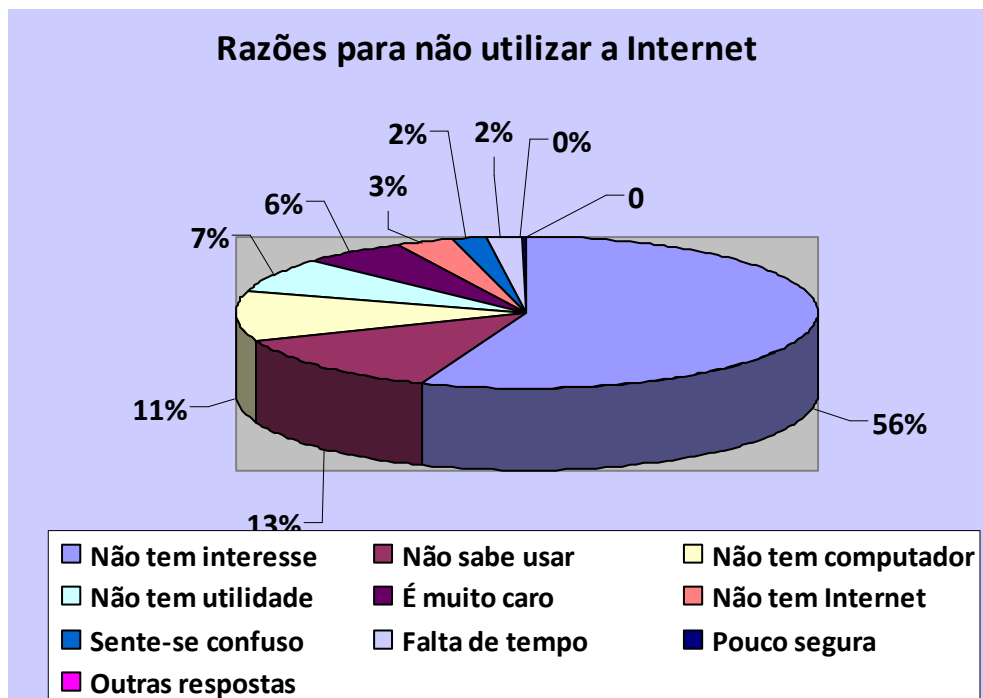


Fonte: Gráfico elaborado pelo autor a partir dos dados do relatório *A Sociedade em Rede - Internet* (Obercom, 2009).

Relativamente ao tipo de conexão, verifica-se que 42% dos lares portugueses possuem conexão à Internet e que a Internet móvel já começa a ter alguma representação, na ordem dos 17%. Quando questionados sobre a frequência com que acedem à Internet, 53% dos Internautas portugueses referem fazê-lo diariamente.

No outro lado da moeda encontram-se as pessoas que não utilizam a Internet. Por entre os motivos pelos quais isto se verifica, a grande maioria (56%) afirma que é por falta de interesse, a este valor pode-se ainda juntar 7% que representa aqueles que não encontram utilidade em navegar na Internet. Já 13% referem não ter conhecimentos para utilizar a Internet, aos quais se podem juntar os 2% que se sentem confusos. Também 11% afirmam que não possui computador e 6% consideram os preços para aceder demasiado caros. Com menos representatividade encontram-se aqueles que afirmam não navegar na Internet por não possuírem ligação a esta (3%), aqueles que não têm tempo disponível (2%) e ainda os que referem não sentir segurança para o fazer (0,2%).

Gráfico 3 - Motivos para não utilizar a Internet



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor a partir dos dados do relatório *A Sociedade em Rede – Internet* (Obercom, 2009).

Quanto à preferência por televisão ou Internet, o estudo *A Sociedade em Rede, Experiência televisiva na Sociedade em Rede* (Obercom 2009) revela que quando é perguntado qual dos meios de comunicação seria mais difícil deixar de utilizar, a opção “ver televisão” surge em primeiro lugar, com 55,3% de respostas. Seguem-se “utilizar o telemóvel” e “ouvir rádio”, com 25,6% e 7,6% respectivamente. A Internet só surge em quarto lugar, com 6,4% dos inquiridos a responder que não queria deixar de a utilizar.

Neste relatório surgem outras importantes conclusões: a televisão ainda é o principal meio de comunicação que influencia as sociedades e molda de certa forma a rotina do dia-a-dia. Contudo, a pouco e pouco começa-se a verificar a existência de novas tendências de consumo, sobretudo junto das camadas mais jovens, que coexistem com o modelo tradicional de ver televisão. Na realidade, para a população com estas idades, a televisão começa a perder (se não perdeu já) o papel principal que teve outrora, pois os jovens tendem a ver menos televisão e a ser mais críticos em relação à qualidade da sua programação, ao mesmo tempo que valorizam outros meios de comunicação, nomeadamente a Internet, em detrimento daquela. No entanto, são os mais novos que parecem demonstrar maior abertura para pagar para assistir televisão, o que de acordo com os investigadores, permite estruturar cada vez mais o modelo de negócios da televisão paga, bem como continuar a desenvolver serviços pagos que possam ser acedidos por meio da televisão.

7. Considerações finais

Quer estejamos a falar da Internet nos anos setenta quer seja da Internet nos dias de hoje, um factor comum parece evidente: foi sempre utilizada para superar as dificuldades e limitações dos anteriores meios. A troca de correspondência e a pesquisa de informações antes da Internet já eram eficazes mas não era suficientemente rápidas; a televisão já era um meio imediato e ao alcance de todos, mas não era interactiva nem portátil. Apesar de ainda não se ter tornado realidade tudo o que se espera da Internet, a verdade é que esta tem respondido aos desafios do que, no passado, os anteriores meios não conseguiram solucionar.

Capítulo III – A TVI e TVI24

Como foi possível constatar no capítulo anterior a Internet está definitivamente integrada na rotina de produção jornalística. Hoje em dia todo e qualquer meio de comunicação marca a sua presença na Internet e, neste aspecto, pode-se afirmar que todos se encontram em igualdade de circunstâncias.

Na Internet, quer se trate de uma cadeia de televisão nacional ou de uma pequena rádio local, pondo de parte as divergências óbvias a nível de capital financeiro, todos os meios se encontram no mesmo patamar da competição. Com mais ou menos recursos, maior ou menor quantidade de elementos nas equipas técnicas, na Internet os tradicionais meios de comunicação passam a emitir a uma escala global e tentam captar a atenção de pessoas, não apenas na cidade ou país em que estão sediados mas em todo o mundo.

Atentos a estas novas circunstâncias, os responsáveis pelos *sites* dos meios de comunicação lutam para estar a par das novas tendências respeitantes à informação online e tentam tirar partido das últimas ferramentas desenvolvidas que permitam melhorar o serviço prestado e/ou atrair mais utilizadores.

Antes de dar por terminada a parte dedicada ao enquadramento teórico e entrar propriamente no estudo empírico achei que seria importante reservar algumas páginas para fazer um breve enquadramento sobre o aparecimento da TVI e da TVI24, bem como do *site* com o mesmo nome e ainda uma descrição da redacção destes dois canais. Num capítulo posterior, já integrado na parte empírica, será feita uma explicação mais pormenorizada acerca da rotina de trabalho da secção do online, tendo como ponto de partida a nossa observação directa no local - observação participante, feita enquanto estagiário - e com a ajuda da entrevista aprofundada que fiz ao editor dessa mesma secção.

1. A Televisão Independente

Como já foi sucintamente referido no Capítulo I, a Televisão Independente (TVI) começou a operar a 20 de Fevereiro de 1993 e foi o segundo canal privado português a ir para o ar. Por ser o quarto canal generalista da televisão portuguesa, o seu primeiro logótipo era inicialmente o número 4. Foi fundada por diversas instituições relacionadas com a Igreja Católica, tais como a Rádio Renascença ou a Universidade Católica Portuguesa. A sua programação ia ao encontro dos valores cristãos, já que era detida principalmente por accionistas católicos.

Durante os sete primeiros anos de existência a TVI adoptou o papel de um serviço de televisão alternativo, dirigindo o seu tempo de antena a diferentes públicos. Nestes primeiros anos de emissão, a grelha de programação da TVI era preenchida sobretudo com formatos importados. Filmes e séries estrangeiras, sobretudo formatos norte-americanos de grande sucesso como “Ficheiros Secretos” ou “Marés Vivas” representaram parte importante das suas audiências naquela altura.

Foram contratados alguns nomes sonantes da televisão portuguesa, como Manuel Luís Goucha ou Artur Albarran; porém, as audiências mantiveram-se abaixo das expectativas. O canal entra então numa crise financeira.

A recuperação desta estação, sediada em Queluz de Baixo, aconteceu a partir do período entre 1999 e 2000, altura em que a direcção geral da TVI estava a cargo de José Eduardo Moniz, depois de ter sido comprada pelo grupo Media Capital. Os programas de produção portuguesa, principalmente a nível de ficção, resultaram em boas audiências, mas foi com o *reality show* “Big Brother” que a TVI alcançou pela primeira vez a liderança. Desde então as audiências do quarto canal não pararam de aumentar e, no ano de 2004, a TVI destronou a SIC, que liderava há dez anos consecutivos.

Dezasseis anos após o seu nascimento, mais propriamente a 26 de Fevereiro de 2009, a empresa lançou um canal de cabo dedicado unicamente à informação, o TVI24. Dele fazem parte vários telejornais e programas de debate ou documentários. Ao mesmo tempo que era criado o canal foi também desenvolvido o *site* com o mesmo nome, acessível no endereço

www.tvi24.iol.pt. Este *site* é mais uma plataforma que está disponível para obter actualizações de notícias e onde é possível também assistir à emissão em tempo real.

2. A redacção da TVI e TVI24

A TVI está sediada na Rua Mário Castelhana, em Queluz de Baixo – Barcarena, no Concelho de Oeiras. Na parte exterior do edifício são visíveis dois cartazes de grandes dimensões: um com o logótipo da TVI e outro com o da MediaCapital; na entrada encontram-se alguns televisores sintonizados na TVI e na TVI24. Neste edifício estão presentes todos os serviços e recursos que garantem o bom funcionamento dos canais.

Os conteúdos informativos dos dois canais, TVI e TVI24, são feitos a partir da mesma redacção, que ocupa dois andares, e que está dividida em seis secções temáticas. No andar de baixo encontram-se as secções de Sociedade e Política e no andar superior estão as secções de Desporto, Internacional, Economia e Online.

O local é uma área aberta, o que favorece a comunicação entre as diversas secções. As secções do andar de baixo são compostas por várias filas de mesas com computadores frente a frente ligados à Internet, telefones e televisões que estão à disposição dos jornalistas. No andar de cima tudo é idêntico, com a excepção da orientação das mesas, que estão dispostas lado a lado. Cada secção dispõe de uma impressora ligada em rede que é partilhada por todos os computadores.

O funcionamento de cada uma das diversas secções é da responsabilidade de um ou mais editores, que atribuem notícias aos jornalistas e que reúnem várias vezes ao dia para decidir a agenda de notícias. Regra geral, em cada secção temática trabalha uma equipa fixa de jornalistas, não sendo habitual um jornalista de Sociedade trabalhar em Economia, por exemplo.

Neste mesmo local onde se encontram as diversas secções existe uma área designada por Produção, de onde sai a decisão sobre qual será a equipa de filmagem que estará disponível para uma determinada saída em reportagem. A Produção tem também a responsabilidade de receber as peças

jornalísticas que sejam enviadas a partir das restantes secções da TVI espalhadas pelo país. Por fim, ainda na redacção existe um local destinado aos chefes de redacção, que são os responsáveis pela coordenação das diferentes secções.

Numa área contígua à redacção encontra-se a Mediateca, que é o local onde estão armazenadas todas as edições dos diversos jornais que foram emitidos. A Mediateca possui um servidor ligado em rede aos computadores da redacção a partir dos quais é possível aceder aos conteúdos que estão arquivados.

Por fim, e apesar de a redacção ser a mesma para os dois canais, existe um estúdio de gravação para o “Jornal da Uma” e para o “Jornal Nacional”, transmitidos na TVI, e um outro estúdio onde são gravados os diversos programas informativos da TVI24.

Capítulo IV – Metodologia

1. Questões de investigação

O principal objectivo da presente dissertação foi o de caracterizar a forma como, na actual situação, uma televisão portuguesa se posiciona na Internet. A partir desse objectivo foram definidas as seguintes questões de investigação: poderá a Internet ser uma alternativa ao modo tradicional de ver televisão? Qual o actual panorama dos *sites* das estações de televisão portuguesas? O que é que já foi feito até agora e o que é que pode ser desenvolvido para melhorar esta forma de informar? Como é produzida a informação? A informação contida nas páginas Web será uma simples reprodução do que é transmitido na televisão?

Na altura em que foram definidas estas questões da investigação, o estudo poderia vir a incidir sobre qualquer um dos três canais generalistas, a RTP, a SIC ou a TVI e os seus respectivos *sites* na Internet. Tendo em conta que surgiu a oportunidade de fazer um estágio de seis meses na TVI a escolha revelou-se óbvia, já que deste modo me seria possível efectuar uma observação directa, o que só traria vantagens para o meu estudo. O projecto de investigação foi então orientado para o caso concreto da TVI e para o seu *site* de informação TVI24.

2. Metodologia utilizada

O método escolhido para o desenvolvimento do projecto de investigação foi o qualitativo que, como sabemos, se caracteriza pela procura de dados em profundidade e de natureza qualitativa (não quantitativos).

Quanto à técnica de investigação, ela foi, em termos globais, o estudo de caso (*case study*) – do caso da TVI24. A escolha justifica-se, fundamentalmente, por duas ordens de razões. Em primeiro lugar, porque o estudo de caso caracteriza-se, no fundamental, pelo facto de nos permitir a utilização da maior variedade de fontes possíveis para estudar, da forma mais aprofundada e completa possível, um fenómeno concreto. Em segundo lugar,

porque a realização de um estágio no local de estudo – que configurava uma forma de observação participante - tornava possível, em condições quase ideais, a aplicação dessa técnica de recolha de dados.

Assim, consegui reunir a informação necessária para responder às minhas perguntas de investigação de diversas formas.

Uma das mais importantes foi, sem dúvida, a observação directa, feita no dia-a-dia, no interior da redacção. Esta condição viria a permitir-me obter dados que só seriam possíveis de obter estando no local. Como refere Quivy (2005, p. 196) “os métodos de observação directa constituem os únicos métodos de investigação social que captam os comportamentos no momento em que eles se produzem (...). Porém, como se veio depois a verificar, muitas das vezes estive tão ocupado com o meu próprio trabalho enquanto jornalista estagiário que, se por um lado isso me fez aprender imenso relativamente ao jornalismo televisivo, por outro lado roubou-me algum do tempo necessário para obter dados para a minha investigação.

Foi também planeada a gravação e visionamento do “Jornal da Noite” durante uma semana escolhida aleatoriamente, começando pela Segunda-feira da semana em questão e terminando no Domingo. Ao longo dessa semana registaria, através de tabelas todas as referências que fossem feitas à página na Internet, bem como todas as iniciativas que promovessem a interacção do telespectador com o Jornal. A carga horária do estágio não me permitiu a gravação do “Jornal da Noite” durante sete dias seguidos, pois existiam dias em que não o acompanhava desde o início ou em que não podia ficar até ao fim. Optei então por ir elaborando estes registos, sempre que me era possível, na própria redacção da TVI.

Relativamente à periodicidade da actualização do material informativo, pretendi verificar se o ritmo é semelhante entre os dois meios, se é disponibilizado na internet muito tempo depois de ter sido emitido na televisão, durante quanto tempo ficam disponíveis para consulta ou se ficam em arquivo. Para a recolha destes dados observei simultaneamente o *site* da TVI24 e o alinhamento dos telejornais.

Quanto à qualidade dos vídeos considerei ser importante verificar se é muito inferior à da versão tradicional e se estes poderão ser consultados pelos utilizadores em qualquer parte do mundo e não apenas em Portugal, tendo feito

perguntas nesse sentido tanto na redacção da TVI, como a pessoas que acederam ao *site* fora do país.

Ficou ainda decidido fazer-se uma análise de conteúdo de forma a não só identificar todas as diferentes secções e funcionalidades que a página da TVI24 comportasse, mas também registar o tipo de conteúdos que aí são inseridos. Para facilitar e complementar esta tarefa realizei a captação de imagens do monitor, através da função de *print screen*.

Para registar e contabilizar as diversas possibilidades que o utilizador teria para interagir com o *site* foram criadas tabelas de registo, visando responder às seguintes perguntas: que opções de consulta estão disponíveis e como funcionam essas ferramentas de pesquisa? Existe a possibilidade de o internauta personalizar a página de acordo com as suas preferências temáticas? Como a única ferramenta de pesquisa existente se revelou bastante simples não se justificou a construção desta mesma tabela.

Para validar e aprofundar os dados recolhidos através das formas que acabei de referir, ficou igualmente decidida, à partida, uma entrevista ao responsável pela secção do online e, se possível, também a outros colaboradores.

Por fim, tinha sido planeada a elaboração de questionários aos utilizadores, com o objectivo de recolher informações acerca dos hábitos de visualização dos telejornais através da televisão e através da internet: conhecer quais as vantagens e desvantagens que as pessoas encontram em cada um dos meios, quais os conteúdos mais procurados e porquê, ou se alterariam a forma de assistir a noticiários passando a fazê-lo exclusivamente na internet. Contudo, se por um lado o estágio foi decisivo na obtenção da maior parte dos dados para a minha investigação, por outro também dificultou a concretização de alguns planos iniciais. A realização deste inquérito, a uma amostra ainda por definir, ficou então excluída.

3. Entrevista ao Editor do Online

Para melhor compreender os dados que ia obtendo através da minha observação na TVI optei por planear algumas questões importantes para a entrevista que iria fazer ao editor da secção do Online, Filipe Caetano. Dividi

essas mesmas questões em cinco categorias temáticas: estrutura da secção do online, rotina de produção de uma notícia para o online, conteúdos da página Web, alterações e melhoramentos ao *site* e, por fim, dificuldades sentidas. No desenrolar da entrevista foram surgindo novas questões, decorrentes das respostas dadas, e também porque o próprio editor destacou ou introduziu assuntos que considerou pertinentes. A entrevista teve um tom informal e combinou questões de resposta mais ampla (abertas), com questões de resposta mais restrita (fechadas). Foi, portanto, uma entrevista semi-aberta, onde, por um lado, o entrevistador definiu, à partida, o tipo de questões que lhe interessava colocar mas, por outro lado, o entrevistado teve ampla liberdade para discorrer sobre muitas dessas mesmas questões. Este tipo de entrevista tem a vantagem de permitir recolher um grande número de informações sobre os assuntos, embora tais informações possam ser difíceis de tratar. Os dados resultantes desta entrevista foram essenciais e preciosos para o meu trabalho, motivo pelo qual tenho que agradecer toda a disponibilidade e simpatia com que fui recebido pela parte de Filipe Caetano.

Apresenta-se, em seguida, os tópicos que constaram da referida entrevista:

1. Estrutura da secção do Online

1.1 O online é uma secção independente ou está integrada com as restantes secções da redacção?

1.2. Tem uma equipa própria de jornalistas?

1.3. Como funciona essa equipa?

1.4. Como são os horários?

1.5. Quais são as funções do editor?

2. Rotina de produção de uma notícia para o online

2.1. Quais os temas que são abordados pelo online? Qual é o critério notícia?

2.2. Quais são as fontes de informação para a elaboração de notícias?

2.3. Como é feita a recolha de informação e imagem?

2.4. Existe um alinhamento de notícias como nas restantes secções?

2.5. Recorre-se às notícias que passam na televisão?

2.6. São elaboradas notícias que não sejam transmitidas na televisão?

3. Conteúdos da página Web:

3.1. Que tipo de conteúdos podemos encontrar no site da TVI24?

3.2. Existem conteúdos informativos apenas para o online?

3.3. Existe uma forma de contabilizar o número de acessos à página?

4. Alterações e melhoramentos ao *site*:

4.1. Que alterações foram feitas desde que a página foi criada?

4.2. Foi tida em conta a opinião dos utilizadores aquando das mais recentes alterações?

4.3. No futuro estão planeadas mais modificações? Se sim, quais?

5. Dificuldades sentidas:

5.1. Quais são as principais dificuldades que têm sentido desde que o site entrou em funcionamento?

4. Considerações finais

Com na base metodologia utilizada para a obtenção dos diversos dados tornou-se possível, depois da respectiva análise, responder às minhas perguntas de investigação.

Como já foi referido, devido à falta de tempo, não foi possível pôr em prática todas as formas de obtenção de dados que tinha inicialmente previsto. Também não foi possível, em tempo útil, obter dados estatísticos acerca do site da TVI24. Apesar desses impedimentos ao plano inicialmente traçado foi possível dispor de elementos importantes para caracterizar a forma como é que uma televisão, neste caso a TVI, se coloca perante a Internet. No próximo capítulo começarei por apresentar as principais impressões que tive no primeiro dia de estágio, resultantes da observação que fui efectuando.

Capítulo V – Análise dos Resultados

Após a obtenção dos dados através dos métodos apresentados no capítulo anterior, a sua análise será dividida em três partes, consoante a forma como foram obtidos: através da observação directa e participante na redacção da TVI, através da análise de conteúdo do *site* e através da entrevista feita ao editor do *site* da TVI24.

1. A observação no local

1.1 O Estágio na TVI

No dia em que iniciámos o estágio na TVI a estação encontrava-se em estado de semi-actividade devido às eleições autárquicas que tinham sido no dia anterior, 11 de Outubro de 2009. Digo “iniciámos”, porque comigo vieram mais duas colegas do Mestrado em Jornalismo da Universidade da Beira Interior. Não poderia relatar esta experiência sem referir estas duas pessoas que a partilharam comigo - todos os três estagiámos mas, ao mesmo tempo, com objectivos diferentes quanto à investigação que nos propusemos realizar.

Enquanto nos era atribuído o cartão que, nos próximos seis meses, nos iria dar acesso às instalações, alertavam-nos para o facto de a redacção estar mais calma do que o que era habitual. Grande parte dos jornalistas e elementos da montagem de vídeo tinham estado a trabalhar madrugada dentro, o que nos poderia causar uma sensação de estranheza. E causou, pelo menos a mim. Faltavam cerca de duas horas para o “Jornal da Uma” ir para o ar e tudo parecia estar demasiado calmo. Tinha sido tudo preparado com antecedência, para estar pronto às 13 horas.

Fomos informados de que iríamos desempenhar funções como jornalistas na secção de Sociedade. Mais tarde, e como qualquer outro jornalista da casa, atribuíram-nos nomes de utilizador que nos dariam acesso ao programa onde são escritas as notícias para a televisão.

Os colegas que já se encontravam a estagiar antes de nós encarregaram-se de nos mostrar as diversas instalações e apresentaram-nos às restantes pessoas que entretanto foram aparecendo. Foi nesta “visita

guiada” que contactei, pela primeira vez, com a secção do Online, onde sabia que iria encontrar parte das respostas para as minhas questões de investigação. Apesar de eu ir estagiar na secção de Sociedade, colocaram-me à vontade para fazer todas as perguntas que quisesse e acompanhar de perto o trabalho da secção do Online.

Todas as pessoas com quem me ia cruzando se revelavam simpáticas e se mostravam disponíveis para auxiliar, o que nos primeiros tempos ajudou imenso à minha integração. O facto de eu já conhecer o nome de parte das pessoas através da televisão facilitou esta tarefa. O resto do dia foi passado a tentar entender o funcionamento do programa com que iria trabalhar e a conhecer mais algumas pessoas.

Com a ajuda dos estagiários mais antigos ficámos a conhecer o nosso horário e demo-nos conta que, a partir daí, nós os três já não ficaríamos nos mesmos turnos. Todos estávamos à espera de que isso acontecesse e, para mim, foi mais fácil começar, no dia seguinte, a relacionar-me com pessoas novas, pois sabia que ia ser mais difícil integrar-me ficando junto às que já conhecia.

Com o passar dos dias fui-me sentindo, aos poucos, cada vez mais integrado na redacção; já conhecia grande parte dos colegas que comigo trabalhavam e começava a fazer as minhas primeiras notícias. Durante este tempo ainda estava a tentar acostumar-me à mudança de horário de turno que se dava a cada semana. Quando dava por completo o meu dia de trabalho já não tinha energia para fazer mais do que tirar notas ou consultar alguma bibliografia. No dia seguinte tudo se repetia. Levou algum tempo até conseguir ganhar um ritmo que me permitisse, simultaneamente, efectuar o meu trabalho enquanto jornalista estagiário e recolher material para a dissertação.

1.2 A interacção entre o online e a televisão

Durante a realização do estágio, tentei sempre acompanhar as emissões do “Jornal da Uma” e do “Jornal Nacional” com o objectivo de registar as referências que fossem feitas ao *site* da TVI24. Ao contrário do que poderia esperar à partida, a referência à página online ao longo dos dois jornais não foi feita diariamente. Por vezes a única menção aparecia no final do jornal, onde era lembrado ao telespectador que poderia continuar a acompanhar a informação através do *site*.

Como pude constatar, o ritmo de trabalho nas demais secções da redacção não deixa margem temporal para acompanhar o trabalho da secção do Online. Os jornalistas não têm, grande parte das vezes, tempo para verificar se existem críticas ou dúvidas colocadas pelos utilizadores.

O *site* teve, porém, uma grande importância quando se verificaram catástrofes naturais como por exemplo o tornado em Torres Vedras, o sismo no Haiti ou as enxurradas na Madeira. Nestas situações muitas das vezes os telejornais chegaram a *abrir* com fotografias ou filmagens enviadas pelos utilizadores através do *site* e foi dado destaque aos comentários recebidos. Nos telejornais foram feitos apelos constantes ao telespectador para que este interagisse com o canal e enviasse material informativo. No *site* foram criados espaços exclusivos para colocar os vídeos ou fotografias recebidos.

Nestes casos, os editores pediram aos jornalistas que estivessem atentos ao material que era enviado pelos espectadores. Foram feitas várias peças com recurso aos conteúdos recebidos através da página da TVI24.

Fora destes acontecimentos excepcionais não se verificou muita divulgação do *site* nos dois jornais. Também os utilizadores não interagiram tanto com a página nem enviaram conteúdos, tais como fotografias ou vídeos.

1.3 “TVI24. O mundo em tempo real”

A actualização do *site* da TVI24 faz jus ao seu *slogan*. De facto são inseridos permanentemente novos conteúdos na página, o que a torna bastante actualizada. Os jornalistas da secção do Online dividem-se por turnos, de forma a garantir um permanente acompanhamento dos desenvolvimentos noticiosos. No entanto, por volta da uma da manhã termina o último turno e, a partir dessa hora, a página deixa de ser actualizada. Durante estas horas, tudo o que acontecesse só seria introduzido na página a partir das sete horas da manhã. Este período em que a página não é actualizada faz com que alguns acontecimentos internacionais não sejam acompanhados, devido à diferença horária.

As notícias feitas para a televisão são introduzidas na página da TVI24 com bastante rapidez. Na verdade, pude constatar que muitas das vezes ainda o “Jornal da Uma” ou o “Jornal Nacional” não tinham terminado e já era possível ver algumas das notícias na versão online.

2. Análise do site da TVI24

2.1 A página inicial

Começamos a análise do site de informação da TVI24 através de um dos primeiros aspectos que poderão saltar ao olhar: o aspecto gráfico.

Figura 3 – Página inicial do site TVI24



Fonte: <http://www.tvi24.iol.pt/> Consultado em 05/05/2010

O esquema de cores utilizado contém cores fortes, causando contrastes que chamam a atenção. As proporções e cores que são utilizadas nos títulos e respectivos preenchimentos de fundo captam o olhar para as notícias mais recentes ou relevantes.

Pode-se afirmar que os tons de azul, vermelho, branco e amarelo criam uma associação do site aos dois canais TVI e TVI24, já que são as cores presentes no seu logótipo (1). Enquanto utilizadores, ao aceder à página, ficamos com a certeza de que estamos perante um produto ligado à TVI.

Fazendo uma leitura mais pormenorizada dos diversos elementos que constam da página inicial, verificamos que no topo da página, do lado esquerdo se encontra o logótipo (1), que identifica este meio de comunicação. Para além da função de identificar, se nos encontrarmos numa qualquer outra página do *site*, com um simples clique neste logótipo regressaremos à página inicial.

Abaixo do logótipo encontra-se uma barra com oito categorias de informação (2). Ao clicarmos em qualquer uma destas categorias seremos dirigidos para uma outra página, onde serão apresentadas exclusivamente notícias sobre o assunto em questão: Últimas, Sociedade, Política, Economia, Internacional, Tecnologia, Ambiente ou Desporto.

Por baixo, identificada com o número 3, encontra-se uma barra com oito categorias essencialmente de entretenimento ou cultura: Acredite se quiser, Cinema, Música, Esta é boca, Celebidades, Fotos, Vídeos e uma última que é variável, de acordo com um tema que seja importante destacar, como o Combate de Blogues ou o Mundial 2010, por exemplo.

No número 4 encontram-se as notícias de última hora, destacadas com um fundo vermelho. Aqui é apresentado um acontecimento ocorrido há relativamente pouco tempo e geralmente de bastante importância. Quando já existem dados que possam acrescentar mais informação é possível clicar e aceder aos desenvolvimentos da notícia.

Ocupando uma generosa parte do ecrã, encontra-se sempre uma fotografia (5) acompanhada com um título de uma notícia, seja de última hora ou não, sobre a qual se pode saber mais pormenores clicando na imagem.

Em rodapé encontra-se um *ticker*, ou seja, uma linha que contém texto em movimento, com informações relativas às acções da Bolsa (6). Clicando nesse espaço seremos dirigidos para a página da Agência Financeira.

Identificada na figura com o número 7 encontra-se uma área dedicada à emissão em directo, via Web, do canal de cabo TVI24. É possível ver em tempo real todos os programas que tenham sido produzidos pela estação, nomeadamente Telejornais ou documentários. Pode também aqui ser consultada a programação semanal do canal. (Mais à frente regressar-se-á a esta funcionalidade quando se abordar a questão dos conteúdos em vídeo).

Por baixo desta última encontra-se um espaço dedicado à opinião (8), onde diversas figuras do canal, comentadores ou figuras públicas são convidados a comentar acontecimentos da actualidade.

No centro do ecrã surge uma lista, aqui identificada com o número 9, com as últimas informações sobre os mais variados temas. Pode também tratar-se de uma reportagem. Sempre que exista algum tipo de conteúdo multimédia, fotografias ou vídeos, associado a essa notícia, será apresentado um pequeno ícone de uma máquina fotográfica ou de filmar, respectivamente.

No fundo da página, se pretendermos ter acesso a mais notícias, existe a opção *Notícias de última hora*, número 10, onde serão apresentadas notícias por ordem cronológica.

Existe ainda, no topo da página, um conjunto de três ícones (11) a partir dos quais é possível aceder à página da TVI, a informações sobre o estado meteorológico ou sobre o trânsito. Identificada com o número 12 está uma caixa de pesquisa onde é possível escrever para procurar conteúdos. É também visível, em algumas partes do *site*, a presença de publicidade.

À medida que vamos descendo um pouco na página encontramos vários tipos de conteúdos, dos quais destaco os mais relevantes. Existe uma barra que dá acesso directamente aos vídeos mais importantes. Em cada vídeo é visível um *frame* que identifica o aspecto mais significativo da notícia, geralmente uma pessoa ou um local, seguido de um título.

Figura 4 – Barra de acesso rápido aos vídeos



Fonte: <http://www.tvi24.iol.pt/> - Consultado em 08/06/2010

É igualmente importante referir a existência de um quadro onde é possível seleccionar quais as notícias que queremos visionar, de acordo com diferentes critérios: as mais lidas, as mais comentadas, as mais votadas ou as mais recentes. Ao clicar num destes critérios, serão apresentadas diferentes

notícias no quadro; para aceder à sua versão completa será aberta uma nova página.

Figura 5 – Quadro com várias possibilidades de escolha de notícias



Fonte: <http://www.tvi24.iol.pt/> - Consultado em 08/06/2010

Continuando a descer na página inicial da TVI24 deparamo-nos com a “Escolha do Editor”. Aqui são apresentados conteúdos que o próprio editor da secção do Online seleccionou por considerar que têm interesse, mesmo não se tratando de notícias de última hora. É possível encontrar reportagens, artigos de opinião ou apenas um vídeo ou uma selecção de fotografias.

Figura 6 – A Escolha do Editor



Fonte: <http://www.tvi24.iol.pt/> - Consultado em 08/06/2010

No final da página pode ser encontrado ainda um espaço dedicado à opinião do leitor, que pode enviar comentários ou votar em questionários, e um espaço dedicado à divulgação cultural.

2.2 A notícia

Regra geral, as notícias são dadas preferencialmente através de texto. Elementos multimédia, como fotografias ou vídeos, são usados como complemento e não como elemento principal. O aspecto é bastante semelhante ao de um jornal online. Vejamos a configuração padrão de uma notícia, bem como de que forma podemos interagir com ela.

Figura 7 – Aspecto geral de uma notícia e opções de interactividade

Mais 40 novos agentes da PSP

Reforço do dispositivo das forças de segurança corresponde «a um critério estratégico do Ministério da Administração Interna», diz Rui Pereira

Por: /PP | 09-06-2010 14: 56



☆☆☆☆☆ 0 votos

1 comentário

O ministro da Administração Interna, Rui Pereira, destacou o reforço do dispositivo da PSP com os novos 40 oficiais da Polícia que esta quarta-feira terminaram o curso, escreve a Lusa.

Na cerimónia de encerramento do ano académico no Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna (ISCPSI), em Lisboa, Rui Pereira afirmou que o reforço do dispositivo das forças de segurança corresponde «a um critério estratégico do Ministério da Administração Interna».

Além dos 40 oficiais que terminaram o curso no ISCPSI, o ministro lembrou que vão também ser admitidos mil novos agentes para a Polícia de Segurança Pública (PSP) e outros tantos militares para a Guarda Nacional Republicana (GNR).

Rui Pereira sublinhou que os novos oficiais vão ter pela frente tarefas «complexas e difíceis» e garantiu que «estão preparados para os novos desafios».

Além dos 40 oficiais, terminaram também o curso no ISCPSI quatro oficiais angolanos.

Segundo o director do ISCPSI, intendente Valente Gomes, o instituto já formou cerca de meio milhar de quadros da PSP em 26 anos de actividade.

Na cerimónia, Valente Gomes anunciou que o ISCPSI vai iniciar no próximo ano o primeiro curso de mestrado não integrado de Ciências Policiais, que incluirá cinco áreas de especialização e que será aberto a toda a sociedade civil.

Meo – Canais para Adultos
Active na Meobox canais de adultos simples e com total privacidade.
www.meo.pt

Zon Net Fibra - Adira já
118 Canais + Net + Chamadas
Grátis Oferta Tx de Activação e Wireless
Zonfibra.pt

Anúncios

1

Blogue sobre este artigo

Se comentar este artigo no seu blogue, o link aparecerá aqui.

Efectue o ping do seu blogue no Twingly para nós o encontrarmos.

2

RELACIONADOS

Bloco questiona Rui Pereira sobre agressões de polícias no Bairro Alto

Polícias a menos: PCP quer ouvir ministro com «urgência»

«Aumento de 1,5 por cento para todos os polícias»

Mais dois mil polícias e militares

Comentar este artigo

pub

Notícia 7 das 10 últimas

☆☆☆☆☆ 0 votos

1 comentário

3

1 COMENTÁRIO

Ler mais comentários | Comentar

4

1 Gatunos e ladrões. Cuidado!

Armando Augusto Rocha - 092010 | 15: 23

5

Se querem continuar na vossa actividade, cuidem-se, porque chegaram os novos 40.
O ministro com os seu novos 40 agentes, até parece o Ali-Babá, faltando-lhe apanas o corcel para os guiar rumo aos malandrins da vasta praça e gama nacional.
Destacar tão pouca coisa, mostrar tanta satisfação, é de perder a rir, com tanto amigo do alheio. O que é necessário é fazer o desconto entre os de colarinho branco e os outros. Quais os mais numerosos?

Numa notícia verificamos que a informação em texto ocupa grande parte do ecrã. Sempre que se justifique, são incluídas, ao longo do texto, hiperligações para outras notícias no *site*, vídeos ou imagens ou, ainda, para páginas exteriores que ajudem a compreender melhor o artigo. Existe quase sempre pelo menos uma fotografia acerca do assunto tratado. Sempre que exista mais do que uma fotografia ou seja utilizado um vídeo, aparecerá essa indicação e para a sua visualização surgirá uma janela por cima do texto.

O utilizador pode contar com algumas ferramentas interessantes para interagir com a notícia. Caso o leitor possua um blogue, se escrever sobre uma determinada notícia aparecerá o *link* da sua página no *site* da TVI (1).

Em cada página surgem sempre outras notícias relacionadas com a notícia que escolhemos (2). Se o utilizador estiver interessado em obter mais informações basta clicar nos vários títulos que são sugeridos.

Na figura 7, identificadas com o número 3 aparecem as opções de visualização e partilha do documento em questão. O tamanho de letra da notícia pode ser diminuído ou aumentado, caso o leitor assim o deseje. Pode igualmente enviar o artigo para um endereço de correio electrónico ou ainda imprimi-lo.

Caso pretenda, o utilizador pode classificar um artigo de acordo com a sua preferência com uma nota de 1 a 5, sendo 5 a nota máxima. Essa opção está identificada com o número 4. Pode ainda deixar um comentário na notícia (5). Para comentar ou votar não existe qualquer tipo de registo obrigatório. Apenas é necessária a identificação através de um endereço de correio electrónico válido e, após aprovação por parte da TVI, o comentário estará visível.

2.3 Os vídeos

Um dos aspectos que merece especial destaque é a emissão online do canal TVI24 em tempo real. Na página inicial o utilizador é logo informado acerca dessa possibilidade, que está bem identificada e é de fácil utilização. Para começar a ver a transmissão basta clicar em “Veja a emissão em directo” (Figura 3, número 7) e dentro de poucos segundos será possível assistir à programação que é transmitida no canal de cabo da televisão. Esta funcionalidade está, contudo, inactiva durante os programas que são comprados pela estação, devido aos direitos sobre conteúdos. Sempre que seja esse o caso, no lugar do vídeo é apresentado um aviso nesse sentido.

Figura 7 – Aviso de Interrupção da emissão



Fonte: <http://www.tvi24.iol.pt/> - Consultado em 09/06/2010

A emissão pode ser acompanhada através da janela presente na página inicial: mas, como janela é bastante pequena e isso dificulta a leitura de oráculos ou legendas, caso o utilizador prefira pode ver a emissão em modo de ecrã completo. Aqui há uma perda na qualidade de imagem devido ao facto de a resolução não ser muito elevada.

Enquanto está a acompanhar a emissão em tempo real, se o utilizador pretender navegar até outra página, comentar um artigo ou interagir por correio electrónico com o programa que está a ver (ANEXO 1), a emissão é interrompida. Para recomeçar a ver a emissão é necessário voltar a clicar na janela e esperar que o vídeo reinicie. Se o utilizador pretender tirar partido da interactividade que o *site* oferece, ao mesmo tempo que acompanha a emissão, pode sempre abrir uma nova página no seu navegador da Internet.

Porém, deste modo apenas será possível ouvir a emissão enquanto navega pelo *site* da TVI24.

Já no que respeita à visualização dos vídeos introduzidos no arquivo do *site* o telespectador pode seleccionar um vídeo a partir de uma categoria temática (ANEXO 2). Serão apenas apresentados os vídeos de acordo com o tema escolhido e não aparecerá qualquer texto que enquadre ou complemente a informação. Os vídeos que estão presentes na página da TVI24 são na sua maioria notícias que constaram do alinhamento dos telejornais dos dois canais de televisão, TVI e TVI24. Trata-se, portanto, de vídeos feitos para televisão que são depois utilizados na página Web.

A visualização destes vídeos, ao contrário da emissão em tempo real, não pode ser feita numa janela pequena ou em ecrã completo. Ao clicar no vídeo escolhido surge uma janela de média dimensão. Existe a possibilidade de efectuar comentários a cada um dos vídeos ou de lhes atribuir uma classificação de 1 a 5.

Um aspecto que considerei bastante importante foi o facto de quer a emissão online em directo, quer a visualização de vídeos em arquivo estarem disponíveis aos utilizadores que acedem não só em Portugal mas a todo o Mundo. Esta funcionalidade nem sempre está disponível na grande maioria dos meios de comunicação, onde a emissão online apenas é feita para o país de origem.

2.4 A pesquisa dentro do site

No topo da página está sempre presente uma caixa de preenchimento que oferece a possibilidade de efectuar pesquisas. Esta ferramenta é bastante básica, o utilizador apenas tem a possibilidade de pesquisar o tema ou expressão que quer consultar. Não existe uma pesquisa avançada, que ofereça a possibilidade de seleccionar, por exemplo, se se pretende que os resultados sejam apenas vídeos ou uma combinação de texto com imagem, por exemplo. Existe, porém, uma forma de fazer uma pesquisa de fotografias: partindo da página inicial, pode-se aceder à secção de Fotos e, a partir daí, efectuar a pesquisa. Neste caso os resultados serão apenas em forma de fotografia. Já no que respeita aos vídeos esta opção não está disponível.

À excepção da pesquisa de fotografias, após escrever-se a expressão a procurar, o *site* devolve todos os conteúdos que a contenham. Os resultados podem ser de qualquer categoria: Sociedade, Desporto ou Política, por exemplo, e conter vídeos ou só texto.

Também não é possível indicar uma data em que o assunto possa ter ocorrido. Assim, a tarefa de pesquisar sobre uma notícia que já tenha passado na televisão há algum tempo é complicada.

Os diversos conteúdos que são inseridos na página da TVI24 ficam no arquivo durante um período ilimitado de tempo, ou seja, podem ser encontradas todas as notícias que foram produzidas. Contudo, aceder a uma notícia que não seja recente torna-se, como já dissemos, complicado, pois é necessário ir percorrendo as diversas páginas que se encontram arquivadas por ordem cronológica.

2.5 A Interacção

Como já vimos ao longo da análise feita ao *site* da TVI24, estão ao dispor do utilizador algumas opções para interagir com a informação. Na altura da elaboração do projecto de investigação ficou decidido verificar que formas de interacção eram oferecidas pela página de informação da TVI24. Foi então criada uma tabela que seria preenchida conforme existisse ou não o tipo de interacção definido.

Tabela 1 – Interactividade no *site* da TVI24

Disponibilidade Tipo de Interacção	Sim	Não
Comentar notícias	X	
Comentar vídeos	X	
Comentar fotografias	X	
Enviar e-mail ao jornalista *	X	
Votar nas notícias	X	
Votar nos vídeos	X	
Votar nas fotografias	X	
Registo do utilizador		X
Personalizar página inicial **		X
Pesquisa	X	

* Existe a possibilidade de enviar correio electrónico para o endereço geral da secção Online da TVI24 mas não para o jornalista que redigiu a notícia

** Possibilidade de personalizar a apresentação dos conteúdos que surgem na página inicial de acordo com as diversas temáticas: Política, Desporto, etc.

Como se pode verificar, grande parte dos critérios definidos estão disponíveis. Como é referido por diversas vezes no *site*, a opinião do leitor é importante para a equipa do TVI24. Porém, não se verifica a resposta por parte dos jornalistas aos comentários ou críticas que são enviados.

Não existe a possibilidade de o utilizador se identificar através de um registo. Isto seria útil para conhecer as preferências do utilizador, dando maior destaque aos conteúdos e assuntos que mais lhe agradassem.

3. A Entrevista ao Editor da TVI24

Como foi referido no capítulo anterior, a entrevista ao editor da TVI24, Filipe Caetano foi crucial para que eu pudesse entender melhor o funcionamento da secção do Online. Já me encontrava a meio do período de estágio quando abordei o editor pela primeira vez, para explicar o tema da minha dissertação, este foi bastante prestável, mostrou-se à disposição para quaisquer esclarecimentos e deu-me o seu e-mail caso eu necessitasse posteriormente de mais alguma informação. Quando surgiu oportunidade de o entrevistar, perguntei-lhe acerca da sua disponibilidade e combinámos uma entrevista logo para o dia seguinte. A entrevista foi então realizada no dia 7 de Abril de 2010, por volta das 15 horas, na própria secretária de Filipe Caetano, na secção do Online. Com as perguntas que tinha preparado previamente fui obtendo respostas e formulando novas questões.

Para começar, pedi-lhe que me falasse sobre a secção do Online e de como era o seu funcionamento. Fiquei então a saber que a secção do Online foi criada com a abertura do canal de cabo TVI24, em Fevereiro de 2009. Conta com uma equipa própria com onze elementos, que funciona por turnos, o primeiro a começar às sete da manhã até por volta das quinze horas e o segundo a estender-se até depois da meia-noite. Em cada turno trabalham geralmente cinco a seis pessoas, que asseguram o funcionamento do *site*.

Filipe Caetano é o editor oficial, mas existe sempre mais uma pessoa diferente a cada dia que fica responsável por o auxiliar, sugerindo jornais e *sites* a consultar e também apoiando na escolha do que se vai noticiar, indicando possíveis caminhos a seguir. Aos fins-de-semana a secção de online também conta com um editor, o que nem sempre acontece com as demais secções da redacção.

3.1 A rotina da secção Online

Quanto à rotina diária desta secção, Filipe Caetano revelou que o percurso de produção de notícias para o *site* da TVI24 é um pouco diferente do que acontece na secção de Sociedade ou de Política, por exemplo. Estas duas últimas produzem notícias para o alinhamento de um telejornal específico, que

passará a uma determinada hora. No Online não existe este alinhamento de notícias para um jornal às 13 horas ou às 20 horas já que a página é constantemente actualizada à medida que vão existindo desenvolvimentos nos assuntos tratados ou que surge uma nova notícia. A produção de notícias é, portanto feita a um ritmo constante.

Apesar desta inexistência de alinhamento para determinada hora, o editor Filipe Caetano participa sempre na reunião de planeamento para o “Jornal Nacional”, que ocorre durante a tarde. Nesta reunião marcam presença os editores das diversas secções e Filipe Caetano propõe notícias para serem incluídas no “Jornal Nacional”. A importância da presença do editor da secção Online nesta reunião tem outra vantagem: como os jornalistas desta secção foram produzindo várias notícias e actualizações e consultando diversos *sites*, estão a par dos acontecimentos, por vezes melhor que os restantes jornalistas e editores, que devido às saídas em reportagem e posterior escrita das notícias não têm oportunidade de navegar pela Internet. É então que se selecciona os conteúdos mais importantes, definindo o que é justificável ser noticiado ou não.

Dos diversos conjuntos temáticos de notícias presentes no *site* da TVI24, apenas dois não são da responsabilidade dos jornalistas do Online: as notícias de desporto, que são feitas pela equipa do *site Mais Futebol*, que é um jornal desportivo online, e ainda as notícias económicas e financeiras, que são da responsabilidade da *Agência Financeira*, um jornal online especializado nestes assuntos. Estes dois jornais são propriedade da mesma entidade que detém a TVI, a Media Capital. A equipa de jornalistas produz, assim, notícias de Sociedade, Internacional, Política, Tecnologia e Ambiente.

De acordo com o editor Filipe Caetano, os jornalistas da secção do online tentam sempre cobrir notícias com uma abordagem nacional e não apenas nos grandes centros urbanos. Revela ainda que é dada grande importância às notícias da União Europeia, mas também Brasil e Estados Unidos da América devido ao grande número de acessos que é feito a partir daí.

3.2 Conteúdos da página Web

Quanto aos conteúdos que são produzidos para o *site* da TVI24, Filipe Caetano afirma que, diariamente, são elaboradas em média mais de cem notícias diferentes, já a contar com as actualizações. Porém, ao contrário do que acontece com as demais secções da redacção, os jornalistas do Online não costumam sair em reportagem, apesar de por vezes proporem saídas independentes em exclusivo para o *site*, o que nem sempre é possível devido à falta de recursos tanto técnicos como humanos.

Outra razão pela qual os jornalistas do Online não fazem a cobertura das notícias *in loco* é porque, em muitos casos, o evento já está a ser coberto para os canais de televisão, utilizando-se então as mesmas imagens quer para o telejornal, quer para o *site*. O contrário também acontece: por diversas vezes uma história é lançada no *site* em primeira mão e é desenvolvida para mais tarde ser emitida no meio tradicional.

Ainda no que à elaboração de notícias diz respeito, sempre que se justifique, são criados novos e diferentes conteúdos. Não existe uma regra nestes casos: consoante o assunto de que se trate é criado um tipo de conteúdo. Filipe Caetano exemplificou esta situação com o seguinte: na altura em que foi lançado o romance de Tiago Rebelo, *O Homem que sonhava ser Hitler*, o *site* TVI24 lançou um desafio aos seus leitores para que enviassem perguntas ao escritor. As perguntas vencedoras do passatempo iriam mais tarde constar numa entrevista feita a Tiago Rebelo e que seria transmitida exclusivamente através do *site*.

Tal como este vídeo exclusivo, foram no passado criados outros - embora ultimamente, e pelos mais diversos motivos, isso não se tenha verificado com regularidade.

3.3 Alterações ao TVI24

Na altura em que se realizou esta entrevista tinham acontecido significativas alterações na página da TVI24, pelo que não se puderam traçar perspectivas de grandes mudanças futuras; no entanto, Filipe Caetano falou um pouco sobre o que tinha acabado de ser introduzido.

Desde que foi criado, em Fevereiro de 2008, o *site* TVI24 já sofrera algumas remodelações. Em função do *feedback* que os responsáveis foram obtendo acerca das tendências dos utilizadores do portal, foram sendo introduzidas algumas alterações, que o editor não especificou.

Apesar de nunca ter existido uma consulta específica à opinião dos leitores, Filipe Caetano afirma que sempre estiveram atentos às tendências de visualização e preferências dos leitores - através do número de acessos que cada secção tinha ou pelos comentários recebidos - tentando assim, dentro do possível, adequar a página às exigências dos mesmos.

Um ano após a sua criação, a página do TVI24 sofreu significativas alterações. Nestas, o editor destaca a relevância que passa a ser dada aos conteúdos em vídeo, deixando estes de ser apresentados como complemento de uma notícia para passarem a ser o elemento principal da mesma. É também criado um espaço para dar voz às diversas caras do canal, onde quer os jornalistas, quer os habituais comentadores da estação podem dar a sua opinião acerca dos mais diversos temas. Surge também “a escolha do editor”, que é um espaço onde podem ser apresentados artigos, vídeos, reportagens ou notícias que não sejam tanto de actualidade mas mais de interesse, e que o editor considere ser importante destacar. Para Filipe Caetano esta foi uma alteração extremamente importante e que considera ser de interesse público.

Tendo já mais a ver com o entretenimento do que com a informação propriamente dita, foi dado destaque ao espaço “Acredite se quiser”, onde são apresentados casos insólitos, e que se revelou ser do interesse dos leitores.

Para um futuro próximo não estão previstas alterações significativas, mas Filipe Caetano revelou que pretendem criar um espaço próprio para cada um dos diversos programas produzidos pelo canal de televisão TVI24. Cada uma destas secções específicas funcionará como uma página do próprio programa, onde poderão ser introduzidos conteúdos de acordo com os temas tratados e, acima de tudo, possibilitará a disponibilização na íntegra dos programas emitidos na televisão tradicional.

3.4 Dificuldades sentidas

Por fim, quanto à possível existência de dificuldades, Filipe Caetano referiu apenas que alguns dos projectos que os jornalistas e responsáveis do *site* gostariam de desenvolver são impossíveis de praticar devido ao número de jornalistas, que por vezes se revela insuficiente.

Capítulo VI - Conclusão

O objectivo principal desta dissertação foi o de conhecer o actual panorama das estações de televisão em relação à Internet. É a Internet uma nova forma de consumir televisão? Ou é apenas mais um veículo para cativar audiências para o meio tradicional? Como funcionam as páginas Web das cadeias de televisão? Existe uma preocupação na criação de conteúdos específicos para este novo meio? A obtenção de respostas a estas questões começou pelo enquadramento teórico, com recurso a diversos autores, para mais tarde ser possível recolher dados no interior de uma cadeia de televisão.

Como vimos, demorou algum tempo até que o aparelho de televisão estivesse ao alcance de grande parte da população. As consequências da sua democratização foram bastante mais rápidas: hábitos familiares, costumes morais e ideologias sofreram profundas alterações um pouco por todo o mundo, à medida que a televisão entrava nos lares das famílias de diversos países. Apesar de relativos atrasos, Portugal não foi excepção no que respeita à influência da televisão. Porém, cedo se chegou à conclusão acerca da necessidade de uma nova forma de lidar com este novo meio. As aprendizagens proporcionadas pelos meios anteriores foram essenciais para o progresso da televisão, mas não eram suficientes. Foi necessário que decorresse um grande período de tempo até que a identidade da televisão como meio estivesse definida.

O aparecimento da Internet teve também algumas destas características. Apesar de a sua história ser mais curta do que a da televisão, esta escreve-se a um ritmo muito mais rápido. A Internet incorpora os diversos meios que a antecederam, portanto o seu desenvolvimento beneficiou dos erros que foram anteriormente experimentados. Porém, ainda tem um longo caminho a percorrer. No que respeita ao jornalismo, e ao contrário do que acontece com a televisão convencional, ainda não existe um modelo ideal para a televisão online. Mesmo assim já é significativo o número de pessoas que acede à Internet para obter informação.

Este cenário é idêntico àquele que existia quando a rádio se sentiu ameaçada pelo aparecimento da televisão. Mais tarde acabou por se verificar que quer a televisão quer a rádio tinham públicos diferentes, que as utilizavam

com distintos objectivos. O aparecimento de um novo meio, que trazia com ele a imagem, não significou, ao contrário do que se pensava, o fim da rádio. Com a Internet a chegar a um número cada vez maior de pessoas, os responsáveis pelas cadeias de televisão depressa entenderam que se encontrava aqui uma oportunidade de atingir um público diferente, que habitualmente não consome informação através do pequeno ecrã. Conclui-se, portanto, que chegar a um novo público é mais importante do que atrair audiências para o meio tradicional.

Outra das nossas questões iniciais fica então respondida: mais do que uma forma alternativa de ver televisão, o *site* da TVI24 é uma nova forma de aceder a informação e entretenimento. Nesta página estão presentes diversos tipos de conteúdos (notícias, reportagens em vídeo, questionários ou a emissão em directo), de forma a oferecer um produto que possa agradar a um maior e mais diversificado grupo de pessoas. A informação que é criada recorre sobretudo à junção das diversas características dos meios antecessores, tais como texto, imagem e vídeo. Assim, não parece viável, num futuro próximo, afirmar que a Internet irá revolucionar a forma de ver televisão, ao contrário do que se poderia esperar no início desta investigação.

Ao contrário do que Bruce previa no final da década de 90 do século passado, a existência de muita informação na Internet não sobrecarrega o utilizador. Verifica-se que é cada vez maior o número de pessoas que recorre à Internet como fonte de notícias, portanto a presença dos meios de comunicação na Web é essencial na tarefa de seleccionar e tratar a informação. Apesar de não ter sido possível a realização de inquéritos aos utilizadores da TVI24, é possível concluir, através dos comentários deixados na página, que esta cumpre a sua função, pois revela ser uma forma fácil e rápida de encontrar informação actualizada e com recurso a elementos multimédia.

Grande parte dos conteúdos presentes, especialmente os vídeos, é uma simples transposição do que foi feito para ser transmitido na televisão. O actual número de jornalistas na secção do Online é o necessário para manter o *site* em permanente actualização, mas impossibilita que aqueles saiam com regularidade em reportagem. Quando o fazem, são acompanhados por repórteres de imagem das restantes secções da redacção, que também têm pouca disponibilidade. Se esta equipa de profissionais não aumentar ou se não

existir uma equipa de repórteres de imagem unicamente para a página online não é possível o desenvolvimento de novos conteúdos específicos para o *site*.

No que respeita à ligação entre os principais telejornais da TVI e a sua página de informação, verifica-se que apesar de existirem algumas referências entre os dois meios, esta encontra-se ainda pouco desenvolvida. Esta investigação não pretendeu apontar caminhos a seguir neste sentido, mas através da observação que foi feita diariamente e posterior análise dos dados pode-se concluir que a televisão arrisca pouco no aproveitamento das funcionalidades da Web. Porém, é de salientar o esforço que é feito na tentativa de levar o espectador a interagir com o canal, mesmo que seja apenas sob a forma de comentários ou pelo envio de imagens quando ocorre uma catástrofe natural. Apesar de não ter sido possível obter dados estatísticos acerca do número de acessos que é feito à página da TVI24, o editor da secção Online referiu que foi nestes casos, em que ocorreram catástrofes naturais, que os utilizadores mais interagiram com a página. No mês de Fevereiro de 2010, após as enxurradas na Madeira, o *site* bateu todos os recordes de audiência, sendo o melhor mês desde que foi inaugurado.

Penso que esta investigação foi importante para conhecer por dentro o trabalho que é feito numa estação de televisão no que diz respeito à produção de conteúdos para online. Nos futuros trabalhos acerca deste assunto julgo que será importante ter em conta que, apesar de a Internet já oferecer um grande número de possibilidades tecnológicas, na prática, as condicionantes do dia-a-dia impedem por vezes um melhor aproveitamento destas mesmas ferramentas oferecidas pela Internet.

Referências

- Borga, C. (2008). *A terceira era da televisão*. Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, Departamento de Sociologia, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Celta: Oeiras.
- Bruce, O. (1999). *The internet challenge to television*. Cambridge: Harvard University Press.
- Capanema, L. (2009). *A televisão no ciberespaço*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, S. Paulo.
- Cardoso, G., & Santos, S. (2004). Tendências e contradições no sistema televisivo: da televisão interactiva à televisão em rede. *Observatório*, 10, 129-141.
- Cardoso, G., & Amaral, S. (s/d). *O impacto da internet no jornalismo televisivo e radiofónico português: o caso das representações práticas dos jornalistas da SIC e da TSF*. Centro de Investigação e Estudos em Sociologia, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. Consultado em 11 de Março de 2010, em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-cardoso-impacto-internet-jornalismo-televisivo-radiofonico.pdf>.
- Castells, M. (2004). *A galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Correia, C. (1998). *Televisão Interactiva: a convergência dos média*. Lisboa: Editora Notícias.

- Fernandes, A. P. (2000). *Televisão do público: um estudo sobre a realidade portuguesa*. Consultado em 18 de Fevereiro de 2010, em <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/spp/n32/n32a07.pdf>.
- Gomes, R. (2010). O Futuro da Televisão. *TV Universom*. Consultado em 01 de Fevereiro de 2010, em <http://www.tvuniverso.com/Olhar-Critico/o-futuro-da-televisao.html>.
- Gómez, J. I. A. (1999). *Convivir con la televisión - Familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona: Paidós.
- Instituto Nacional de Estatística (2010). Consultado em 2 de Maio de 2010, em www.ine.pt.
- Lemos, M. (1998). *Estar na internet: tudo o que precisa saber sobre a internet*. Amadora: Mc Graw-Hill de Portugal.
- Loureiro, L. M. (2008). A notícia de televisão na Internet: o fim do alinhamento, o princípio de quê?. *Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.
- Microsoft (2009). *Europe logs on*. Consultado em 15 de Abril de 2010, em http://download.microsoft.com/documents/uk/finland/press/europe_logs_on.pdf.
- Obercom (2009). *A sociedade em rede em Portugal 2008 – A experiência na sociedade em rede*. Consultado em 15 de Abril de 2010, em <http://www.obercom.pt/content/577.np3>.

- Obercom (2009). *A sociedade em rede em Portugal 2008 – Internet*.
Consultado em 15 de Abril de 2010, em
<http://www.obercom.pt/content/545.np3>.
- Pinheiro, C. *et al.* (2002). *Diciopédia 2003* [CD-Rom]. Porto: Porto Editora.
- Quivy, R. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais* (4ª edição).
Lisboa: Gradiva.
- Souza, G. (2005). *A televisão na Web – Análise comparativa dos modelos de reprodução e experimentação no Jornal e no jornal interactivo da allTV*.
Monografia apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Departamento de Ciências da Comunicação, Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte.
- Teves, V. H. (2007). *RTP 50 anos de história: Rádio e Televisão de Portugal*.
Consultado em 27 de Novembro de 2009, em
<http://213.58.135.110/50anos/50Anos/Livro/>.
- Thurler, L. (2005). *TV na internet: reflexões sobre mediação e interactividade*.
Trabalho apresentado ao NP 08 – Tecnologias da Informação e da Comunicação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Rio de Janeiro.

ANEXOS

YouTube vence “majors” dos EUA

► Cinco anos depois, site chega aos 2.000 milhões de visualizações diárias ► Mais do que NBC, ABC e FOX

O YouTube anunciou que atingiu os dois mil milhões de visualizações diárias, “quase o dobro do número de pessoas que nos EUA se ligam às três estações televisivas líderes em audiências”.

A notícia foi avançada pela Google, proprietária do YouTube, para assinalar os cinco anos desde que a primeira versão beta foi lançada.

“Dois mil milhões de vídeos vistos é um número muito bom, mas em média as pessoas passam 15 minutos no site, quando estão quatro horas a ver televisão”, disse ontem o co-fundador do YouTube, Chad Hurley, citado pela estação televisiva BBC.



O site de partilha de vídeos online foi comprado pela Google em finais de 2006, por 1,33 mil ME. Sete meses após a aquisição,

Outra marca histórica: 24 horas de vídeo por cada minuto que passa são partilhadas no YouTube

ção, o YouTube já tinha mil milhões de downloads por dia.

Jawed Karim, outro co-fundador, foi o primeiro a partilhar um vídeo no site, a 23 de Abril de 2005. “Eu no Zoo” tem 19 segundos e ainda está disponível. **TIAGO DA CUNHA ESTEVES**

Anexo 2 – Interacção com o programa em tempo real

3 COMENTÁRIOS

[Comentar](#)

3 Blogs

João Martins - 02 Mai 2010 | 19: 53

A minha pergunta para esses senhores é:
Como Roosevelt resolveu a crise nos E.U.A?
Com o desenvolvimento, criação de Barragens, arranjar estradas, fazer um pouco de tudo, fez duas coisas em simultâneo, combateu o desemprego e desenvolveu os E.U.A.
Apoio o projecto do TGV e do Aeroporto, pois são obras que irão ajudar na minha opinião a economia portuguesa

2 que bem

j rosado - 02 Mai 2010 | 19: 52

gostei de ouvir os quatro especialmente a tia Filipa.Os quatro já produziram mais do que todos os assalariados da lisnave. assim saimos amanhã da crise. Gosto de ouvir é pena falar-se tanto e depois não produzir. Aposto que foram depois todos produzir um scotch é que os escoceses tb est~o em crise. Ora passem bem.
















1 sem ordem

adriano lopes - 02 Mai 2010 | 19: 52

estive a assistir mas desisti motive o moderador não modera a menina ainda não parou de falar e não respeita a opinião dos outros, só a sua verdade é que vale.

Anexo 3 – Vídeos separados por categorias temáticas

TODOS OS VÍDEOS | INFORMAÇÃO | ECONOMIA | MÚSICA | CINEMA | DESPORTO | CELEBRIDADES

 <p>Shrek 4 - Gato das Botas - Teaser</p>	 <p>Miley Cyrus Teaser</p>	 <p>Cobras estão a desaparecer em todo o mundo</p>	 <p>Palavras Assinadas - Bagão Félix</p>	 <p>EP: sem solução para derrame</p>
 <p>Comemorações do 10 de Junho</p>	 <p>Excepções nas SCUT</p>	 <p>SCUT: onde vai pagar</p>	 <p>Mau tempo continua</p>	 <p>Aterro: Nuno Melo pede intervenção</p>
 <p>Economia portuguesa cresce no 1º trimestre</p>	 <p>Reacção de Sócrates aos números do PIB</p>	 <p>Reformas: trabalhadores e pensionistas saem a perder</p>	 <p>Abertura da bolsa</p>	 <p>Acidente mortal com comboio</p>

12157 vídeos | 1 2 3 4 5 seguinte

Anexo 4 – Tabela criada para registar a interactividade existente

Disponibilidade Tipo de Interacção	Sim	Não
Comentar notícias		
Comentar vídeos		
Comentar fotografias		
Enviar e-mail ao jornalista		
Votar nas notícias		
Votar nos vídeos		
Votar nas fotografias		
Registo do utilizador		
Personalizar página inicial		
Pesquisa		

Anexo 5 – Questões colocadas ao editor do Online

O online é uma secção independente ou está integrada com as restantes secções da redacção?

Tem uma equipa própria de jornalistas?

Como funciona essa equipa?

Como são os horários?

Quais são as funções do editor?

Quais os temas que são abordados pelo online? Qual é o critério notícia?

Quais são as fontes de informação para a elaboração de notícias?

Como é feita a recolha de informação e imagem?

Existe um alinhamento de notícias como nas restantes secções?

Recorre-se às notícias que passam na televisão?

São elaboradas notícias que não sejam transmitidas na televisão?

Que tipo de conteúdos podemos encontrar no site da TVI24?

Existem conteúdos informativos apenas para o online?

Existe uma forma de contabilizar o número de acessos à página?

Que alterações foram feitas desde que a página foi criada?

Foi tida em conta a opinião dos utilizadores aquando das mais recentes alterações?

No futuro estão planeadas mais modificações? Se sim, quais?

Quais são as principais dificuldades que têm sentido desde que o site entrou em funcionamento?

Anexo 6 – Notícia do “Público” acerca da interacção feita através da Internet. Consultado em 24/05/2010

Público 20 **Mundial 2010** **Las Vegas 2010** **Sábado na Fugas** **Os I em'**
Siga todas as novidades do Campeonato do Mundo de Futebol
Nesta cidade também pensamos que somos ricos
Qual jovem está

JORNAL DO DIA | PDF | VÍDEOS | MULTIMÉDIA | INFOGRAFIAS | BLOGUES | DOSSIERS | LOJA | AS

MUNDO POLÍTICA ECONOMIA DESPORTO SOCIEDADE EDUCAÇÃO CIÊNCIAS ECOSFERA CULTURA

Tecnologia faz parte do quotidiano de adultos e crianças

Internet alterou radicalmente forma como portugueses interagem

24.05.2009 - 10:14 Por Lusa

Votar ★★★★★ | 0 votos ★★★★★

1 de 3 notícias em Tecnologia [seguinte >](#)

Portugal continua a ter, segundo Bruxelas, uma das maiores taxas de 'analfabetismo informático' na Europa. Mesmo assim, a Internet alterou radicalmente a forma como os portugueses interagem socialmente e como acedem à informação e ao conhecimento, referem especialistas.



(Reuters)

799 leitores
1 comentários

SIGA-NOS



Twitter Facebook RSS

FUNCIONALIDADES

A- Diminuir A+ Aumentar

Comentar Imprimir

Enviar Corrigir

Feedback Partilhar

URL DESTA NOTÍCIA

<http://publico.pt/1382560>

COMENTÁRIO + VOTADO

"A Internet alterou de forma radical a forma de viver das pessoas nas suas diversas formas de interacção social, acesso à informação e ao conhecimento", disse à agência Lusa o presidente da Agência para a Sociedade do Conhecimento (UMIC).

Segundo Luís Magalhães, trata-se de uma tecnologia que "interferiu com todas as áreas de actividade, alargou horizontes" e tornou-se uma "ferramenta imprescindível".

"Um pessoa que não saiba utilizar a Internet está fortemente limitada em relação às suas capacidades de expressão cultural, social e artística e possibilidades de emprego e actividade económica", afirmou, lembrando que a utilização da web já é uma "realidade incontornável, tanto no mundo dos negócios, como nas escolas".

Ana Nunes de Almeida, pró-reitora da Universidade de Lisboa e investigadora do Instituto de Ciências Sociais, explicou à Lusa que trabalhos desenvolvidos com alunos do 4º, 6º e 9º ano evidenciam que a "Internet faz parte do quotidiano destas crianças".

"A esmagadora maioria tem computadores em casa com ligação à Internet. Isto dá-lhes uma possibilidade de procura de informação, campos de lazer e de sociabilidade com os seus pares que não existia há cinco anos", salientou.

A também professora lembrou que as crianças e jovens são "provavelmente aqueles que estão na linha de frente" da sociedade de informação, adiantando que as "famílias com filhos são aquelas que estão tecnologicamente mais apetrechadas".

"Os pais investem nas novas tecnologias, que são vistas como um instrumento de sucesso escolar. As crianças apropriam-se da Internet e utilizam-na como instrumento de lazer e de comunicação", precisou.

Quanto aos modos de utilização da Web, Ana Nunes de Almeida salientou que ainda existem "grandes desigualdades" entre crianças de famílias mais e menos favorecidas: "A utilização é tanto mais variada e sofisticada quanto maior for o background familiar", explicou.

"Crianças com pais mais qualificados e eles próprios consumidores da Internet têm um uso mais multi-funcional e sofisticado da web, utilizando-a não só para fazer trabalhos de casa, mas também para criar redes sociais e blogs, download de ficheiros etc".

Sobre a evolução que este e outros meios terão nos próximos anos, as opiniões dividem-se: Ana Nunes de Almeida prevê uma consolidação deste processo: "Iremos caminhar para uma família cada vez mais tecnologicamente apetrechada com meios novos e velhos, e com um uso cada vez mais individualizado", considerou.

Por sua vez, Luís Magalhães espera "uma continuação da aceleração da inovação tecnológica", especialmente no que toca ao aparecimento das redes de nova geração (redes interactivas que permitem fluir grande volumes de conteúdos como imagens ou filmes).

Corrigir Provedor do Leitor Feedback

A- Diminuir A+ Aumentar

Glossário

Frame - Imagem de um filme considerada isoladamente

Iconoscópio - dispositivo de uma câmara electrónica que permite analisar imagens

Oráculo – barra com o essencial de uma notícia, presente nos telejornais

Print screen – tecla/função que permite captar a imagem no ecrã do computador

Reality show – programa televisivo que pretende retratar a vida real

Rede social - estrutura social composta por pessoas que estão conectadas por um ou vários tipos de relações

Slogan - frase que identifica uma marca ou uma organização

Trailer - conjunto de excertos de um filme