

# Mestrado em Marketing e Comunicação Comunicação

Rodiajano Mendonça

AS PLATAFORMAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO DO  
OPERADOR PÚBLICO TELEVISIVO PORTUGUÊS

dez | 2023

GUARDA  
POLI  
TÉCNICO



**POLI TÉCNICO GUARDA**

O POTENCIAL DO NOSSO INTERIOR

**Escola Superior de Tecnologia e Gestão**

Instituto Politécnico da Guarda

AS PLATAFORMAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
DO OPERADOR PÚBLICO TELEVISIVO PORTUGUÊS

DISSERTAÇÃO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE  
EM MARKETING E COMUNICAÇÃO

**Rodijano Mendonça**

**Guarda, dezembro de 2023**

**POLI TÉCNICO GUARDA**

O POTENCIAL DO NOSSO INTERIOR

**Escola Superior de Tecnologia e Gestão**

Instituto Politécnico da Guarda

AS PLATAFORMAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
DO OPERADOR PÚBLICO TELEVISIVO PORTUGUÊS

DISSERTAÇÃO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE  
EM MARKETING E COMUNICAÇÃO

Orientador: Prof. Doutor Carlos Francisco Lopes Canelas

**Rodijano Mendonça**

**Guarda, dezembro de 2023**

## **Dedicatória**

O presente trabalho de dissertação de mestrado é dedicado aos meus Pais, aos meus Irmãos, aos meus Primos/as, aos meus Sobrinhos/as, aos meus Amigos, aos meus Colegas, aos meus Familiares e aos meus Professores.

## **Agradecimentos**

Agradeço, primeiramente, a Deus, por ter-me dado muita força e paciência nas horas em que mais necessitei. Por ter-me dado garra e estrutura para aguentar os obstáculos da vida.

Ao longo da elaboração deste trabalho de mestrado, recebi o apoio e incentivo de muitas pessoas, as quais gostaria de expressar publicamente os meus cumprimentos.

Em primeiro lugar, o meu agradecimento é dirigido ao meu orientador, Prof. Doutor Carlos Canelas, de quem recebi indicações para finalizar a minha dissertação de mestrado.

Em segundo lugar, gostaria de expressar a minha gratidão à Florentino Mendonça e Namira Moreno Mendonça, Dr. Orlando Mendes, Admar Mendonça, Gilda da Silva, Yasmine C. Pana Tio, Isabel Rabaça.

Gostaria de expressar a minha gratidão à amizade dos meus colegas do Instituto Politécnico da Guarda (Escola Superior de Tecnologia e Gestão) e a todos os professores, que me proporcionam momentos únicos na minha vida, tanto na aprendizagem quanto nas brincadeiras fora de hora, me auxiliando e me apoiando no que eu sempre precisava.

Como é óbvio, quero deixar uma palavra de apreço à minha família pelo incentivo, motivação e colaboração prestados.

Obrigado a todos, pelo constante e enorme apoio.

## Resumo

A RTP foi a primeira emissora de televisão a ser implementada em Portugal, tendo iniciado as emissões regulares em 1957.

No âmbito do curso de mestrado em Marketing e Comunicação da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda, foi desenvolvida uma dissertação denominada “As Plataformas Digitais de Informação e Comunicação do Operador Público Televisivo Português”. Deste modo, este estudo tem como diversos objetivos, nomeadamente: compreender o conceito de plataforma digital de informação e comunicação; aprofundar o conhecimento sobre o atual contexto de atuação das plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo e identificar e entender as principais características das plataformas digitais de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP.

Neste contexto, foi analisado o *site* oficial da RTP e as plataformas *RTP Play* e a *RTP Arquivos*, de modo a apurar e compreender as características das mencionadas plataformas digitais de informação e comunicação. Para isso, utilizou-se a metodologia de análise de conteúdo que combina os métodos qualitativa e quantitativa.

O presente estudo permitiu concluir que os utilizadores podem assistir às emissões em direto e/ou recuperar programas dos vários canais televisivos e radiofónicos disponibilizados, de forma gratuita e sem restrições de acesso, pelo operador público de rádio e televisão português em qualquer lugar do mundo, desde que tenham acesso à *internet*. Por outro lado, conclui-se que o público, em geral, tem a oportunidade de conhecer momentos relevantes da história do país, desde os primórdios da televisão até os dias atuais, o que enriquece o conhecimento sobre a cultura e a sociedade portuguesa ao longo do tempo.

**Palavras-chave:** Televisão; RTP; Plataforma Digital de Informação e Comunicação; Site da RTP; RTP Play; RTP Arquivos.

## **Abstract**

RTP was the first portuguese television station, starting regular broadcasts in 1957.

As part of the master's degree in Marketing and Communication at the School of Technology and Management of the Polytechnic Institute of Guarda, a dissertation called "The Digital Information and Communication Platforms of the Public Television Operator Portuguese". Thus, this study aims to understand the concept of digital information and communication platform, deepen the knowledge about the current context of action of digital information and communication platforms in the television field and identify and understand the main characteristics of digital information and communication platforms made available by RTP.

In this dissertation, the official website of RTP and its platforms such as RTP Play and RTP Archives were analysed, in order to understand the characteristics of the aforementioned digital information and communication platforms. For this, the methodology of content analysis was used, which combines qualitative and quantitative methods.

The present study allowed us to conclude that users can watch live broadcasts and/or retrieve programmes from the various television and radio channels made available, free of charge and without access restrictions, by the public radio and television operator Portuguese anywhere in the world, as long as they have access to the internet. On the other hand, it is concluded that the public, in general, has the opportunity to know relevant moments in the history of the country, since the beginnings of television.

**Keywords:** Television; RTP; Digital Information and Communication Platform; RTP website; RTP Play; RTP files.

## **Lista de Abreviaturas, Acrónimos e Siglas**

|      |  |
|------|--|
| BBC  | Bristsh Broadcasting Corporation               |
| NTV  | National television                            |
| RCA  | Rádio Corporation of América                   |
| RDP  | Rádiodifusão Portuguesa                        |
| RGPD | Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados    |
| RTP  | Rádio e Televisão de Portugal                  |
| SARL | Sociedade Anonima de Responsabilidade Limitada |
| SIC  | Sociedade Independente de Comunicação          |
| SP   | Serviço Público                                |
| TV   | Televisão                                      |
| TVI  | Televisão Independente                         |

## Índice Geral

|  |     |
|--|-----|
| Dedicatória .....  | iii |
| Agradecimentos .....   | iv  |
| Resumo.....  | v   |
| Abstract .....   | vi  |
| Lista de Abreviaturas, Acrónimos e Siglas.....                                     | vii |
| Índice de Figuras.....   | x   |
| 1. Introdução.....   | 1   |
| 1.1. Apresentação e pertinência do tema de investigação.....                       | 1   |
| 1.2. O porquê da escolha deste tema de investigação.....                           | 3   |
| 1.3. Objetivos gerais e específicos da investigação.....                           | 3   |
| 1.4. Contributos da investigação.....  | 4   |
| 1.5. Notas prévias sobre as questões metodológicas presentes na investigação ..... | 4   |
| 1.6. Estrutura do documento.....   | 4   |
| 2. Contextualização e Enquadramento Teórico.....                                   | 6   |
| 2.1. Televisão.....  | 6   |
| 2.2. A História da RTP .....   | 10  |
| 2.2.1. A Evolução da RTP.....  | 16  |
| 2.3. Plataformas Digitais de Informação e Comunicação.....                         | 23  |
| 2.3.1. Conceito.....   | 23  |
| 2.3.2. Importância.....  | 26  |

|  |    |
|--|----|
| 2.3.3.Características .....  | 26 |
| 2.3.4.Vantagens.....   | 28 |
| 2.3.5.Desvantagens .....   | 29 |
| 2.4.Plataformas Digitais de Informação e Comunicação no Campo Televisivo.....          | 30 |
| 2.5.Convergência dos Meios de Comunicação Social.....                                  | 35 |
| 3.Procedimento Metodológico.....   | 38 |
| 3.1. Pergunta de Partida .....   | 38 |
| 3.2. Descrição do Campo de Investigação .....  | 39 |
| 3.3. Métodos de Recolha de Dados.....  | 41 |
| 3.4. Metodologias de Tratamento e Análise de Dados.....                                | 42 |
| 4. Resultados e Discussão .....  | 44 |
| 4.1. Site da RTP.....  | 44 |
| 4.2. RTP Play.....   | 53 |
| 4.3. RTP Arquivos .....  | 65 |
| 4.4. Características das Plataformas Digitais de Informação e Comunicação da RTP ..... | 74 |
| 5. Conclusão .....   | 76 |
| 5.1. Conclusões da Investigação.....   | 76 |
| 5.2. Limitações do Estudo.....   | 77 |
| 5.3. Investigação Futura.....  | 78 |
| 6. Referências Bibliográficas.....   | 79 |

## Índice de Figuras

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1</b> – Página principal do <i>site</i> da RTP .....   | 45 |
| <b>Figura 2</b> – Página principal do <i>site</i> da RTP. ....   | 45 |
| <b>Figura 3</b> – Página da secção “Notícias” do <i>site</i> da RTP. ....                              | 46 |
| <b>Figura 4</b> – Página da secção “Em Foco” do <i>site</i> da RTP. ....                               | 47 |
| <b>Figura 5</b> – Página da secção Notícias “Newsletters” do <i>site</i> da RTP. ....                  | 47 |
| <b>Figura 6</b> – Página da secção Notícias “Imagem do Dia” do <i>site</i> da RTP.....                 | 48 |
| <b>Figura 7</b> – Página principal da secção de “Desporto” do <i>site</i> da RTP.....                  | 49 |
| <b>Figura 8</b> – Subsecção de Desporto “Futebol Nacional” do <i>site</i> da RTP.....                  | 49 |
| <b>Figura 9</b> – Subsecção de Desporto “Futebol Internacional” do <i>site</i> da RTP.....             | 50 |
| <b>Figura 10</b> – Subsecção de Desporto “Seleção Nacional” do <i>site</i> da RTP.....                 | 50 |
| <b>Figura 11</b> – Subsecção de Desporto “+ Modalidades” do <i>site</i> da RTP.....                    | 50 |
| <b>Figura 12</b> – Secção “Televisão” no <i>site</i> da RTP.....                                       | 51 |
| <b>Figura 13</b> – Secção “Rádio” no <i>site</i> da RTP. ....  | 52 |
| <b>Figura 14</b> – Secção “Zig Zag” (dedicada às crianças) no <i>site</i> da RTP.....                  | 52 |
| <b>Figura 15</b> – Página principal do <i>site</i> da <i>RTP Play</i> . ....                           | 54 |
| <b>Figura 16</b> – Secção “TV em Direto” no <i>site</i> da <i>RTP Play</i> .....                       | 55 |
| <b>Figura 17</b> – Secção “Rádio em Direto” no <i>site</i> da <i>RTP Play</i> .....                    | 55 |
| <b>Figura 18</b> – Séries televisivas nacionais e estrangeiras no <i>site</i> da <i>RTP Play</i> ..... | 56 |
| <b>Figura 19</b> – Filmes nacionais e estrangeiras no <i>site</i> da <i>RTP Play</i> .....             | 57 |
| <b>Figura 20</b> – Secção “Programa” do <i>site</i> da <i>RTP Play</i> . ....                          | 57 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 21</b> – Todos os Canais no <i>site</i> da <i>RTP Play</i> . .....   | 58 |
| <b>Figura 22</b> – Coleção de “Notícias”, “Reportagem” e “Entrevista” no <i>site</i> da <i>RTP Play</i> .....                      | 58 |
| <b>Figura 23</b> – Conteúdos televisivos mais vistos no <i>site</i> da <i>RTP Play</i> .....                                       | 59 |
| <b>Figura 24</b> – Conteúdo da RTP Lab no <i>site</i> da <i>RTP Play</i> . .....   | 59 |
| <b>Figura 25</b> – Secção “Zig Zag Play” do <i>site</i> da <i>RTP Play</i> . .....   | 60 |
| <b>Figura 26</b> – Secção “RTP Palco” do <i>site</i> da <i>RTP Play</i> . .....  | 61 |
| <b>Figura 27</b> – Secção “Estudo em Casa” do <i>site</i> da <i>RTP Play</i> .....   | 62 |
| <b>Figura 28</b> – Secção “Podcast” do <i>site</i> da <i>RTP Play</i> . .....  | 63 |
| <b>Figura 29</b> - Secção "APP" do <i>site</i> da <i>RTP Play</i> . .....  | 63 |
| <b>Figura 30</b> – Guia de ajuda no <i>site</i> da <i>RTP Play</i> . .....   | 64 |
| <b>Figura 31</b> – página principal do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . .....  | 66 |
| <b>Figura 32</b> – Secção “Conteúdos” do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . .....  | 67 |
| <b>Figura 33</b> - Secção "Coleções" do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . .....   | 67 |
| <b>Figura 34</b> – Secção “Programas” do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . .....  | 68 |
| <b>Figura 35</b> – Secção “Serviços” do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . .....   | 69 |
| <b>Figura 36</b> – “Serviços” (tabela de licenciamentos para fins não comerciais) no <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . .....    | 69 |
| <b>Figura 37</b> – Secção “Serviços” (tabela de licenciamentos para fins comerciais) no <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . ..... | 70 |
| <b>Figura 38</b> – Secção “Sobre o arquivo” do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . .....  | 70 |
| <b>Figura 39</b> – Secção “Contactos” do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . .....  | 71 |
| <b>Figura 40</b> – “Facebook” na página principal do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> . .....                                    | 71 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 41</b> – “Twitter” na página principal do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> .....           | 72 |
| <b>Figura 42</b> – Pesquisa na página principal do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> .....            | 72 |
| <b>Figura 43</b> – “Pesquisa avançado” na página principal do <i>site</i> da <i>RTP Arquivos</i> ..... | 73 |

# 1. Introdução

Este trabalho é a última etapa do curso de mestrado em Marketing e Comunicação e vai colocar em prática a experiência e as ideias aprendidas ao longo do estudo. Há duas décadas, as plataformas digitais de informação e comunicação tornaram-se parte integrante das nossas vidas cotidianas.

## 1.1. Apresentação e pertinência do tema de investigação

As plataformas digitais permitem a incorporação de tecnologias em todos os processos cotidianos, tornando as soluções necessárias para a nossa rotina (Albuquerque & Silva, 2021). Elas são cruciais para a transformação digital, aumentando significativamente o alcance, a velocidade, a interação, a convivência e a eficiência na geração para novas oportunidades de criação de valores (Albuquerque & Silva, 2021).

Segundo Correia & Giacomassi (2018), as plataformas digitais de informação e comunicação bem gerenciadas aumentam significativamente a credibilidade do operador público televisivo, tornando-o relevante no cenário dos *media* digitais. A sua presença é fundamental para o operador público televisivo se adapte às mudanças nas preferências e comportamentos do público, mantendo a sua relevância e missão de informar e comunicar de forma eficiente. Escrito por outras palavras, permite a modernização e a adaptação dos operadores públicos televisivos às necessidades do público atual, promovendo uma comunicação mais eficiente e acessível (Correia & Giacomassi, 2018). Além disso, a presença *online* ajuda a aumentar a transparência e a responsabilidade, uma vez que o público tem acesso a dados facilmente e participa ativamente da discussão pública (Correia & Giacomassi, 2018).

Por outro lado, as plataformas digitais facilitam a atuação dos operadores públicos televisivos, permitindo-lhes atingir novos públicos, incentivar a participação cidadã e melhorar a eficiência na entrega de informações (Poletini, 2012).

Conforme Lemos *et al.* (2011), as plataformas digitais de informação e comunicação, no setor televisivo atual, representam um papel importante, resultando em diversas vantagens e mudanças significativas para a indústria, tais como: interação e participação do público; alcance global; flexibilidade e convivência com a plataforma digital; acesso a conteúdo diversificado e

outras. Entretanto, a evolução tecnológica provoca grandes mudanças na indústria e as plataformas digitais têm uma função relevante nesse processo (Lemos *et al.*, 2011).

A *internet* é de suma importância para a televisão, uma vez que permite que as pessoas assistam de forma mais rápida, com uma programação completa e com mais oportunidades de produção (Rios, 2021). A tecnologia está a transformar a maneira como as pessoas consomem os conteúdos televisivos (Rios, 2021). Dessa forma, a vivência torna-se mais rica e diversificada.

A televisão tem um papel crucial na sociedade em que vivemos, não somente por mostrar o mundo, mas também por apreciar o universo (Sobral, 2012). A televisão, por outro lado, é extremamente importante para a sociedade, pois revela o mundo e inspira a admiração pelo mundo ao nosso redor (Sobral, 2013).

De acordo com Miller (2009), a televisão é uma força muito mais poderosa do que qualquer outra, tendo a capacidade de transmitir propagandas com o objetivo de despertar rancor racial, ódio religioso e luta de classes destrutivas.

Os primeiros passos rumo à ideia de televisão em Portugal foram dados nos anos 50 do século XX, quando começaram os estudos para a implantação de um serviço de televisão no território nacional (Sobral, 2012). Contudo, os primeiros passos da RTP fazem evidência à presença do Estado e, ao mesmo tempo, à inclusão de publicidade, aspetos que marcaram o primeiro canal da emissora pública portuguesa até o presente e que têm influenciado o perfil do canal relativamente à relação estatal e à orientação comercial da programação (Sobral, 2013).

No entanto, a partir deste momento, as transmissões regulares ou oficiais da RTP, concessionária do serviço público de televisão, iniciaram-se a partir de 7 de março de 1957, num contexto político marcado pela ditadura militar (Sobral, 2012). Esta é uma época em que a RTP tem prestações de ordem e distração do regime (Sobral, 2012).

Após a criação de outros canais, como SIC em 1992 e TVI em 1993, como se pode facilmente compreender, este momento marca uma mudança significativa no sistema televisivo da RTP e faz com que a televisão adquira uma nova dimensão na sociedade portuguesa (Lopes & Coutinho, 2022). Contudo, os operadores privados de televisão procuraram não somente aumentar a oferta de programas, como também introduziram modificações na forma de se fazer televisão no nosso país, estabelecendo uma relação de proximidade com o público (Lopes & Coutinho, 2022).

A RTP é uma empresa de comunicação social portuguesa com uma longa história e tradição nos *media*. De acordo com o *site* oficial da RTP, ela possui experiência, habilidade, qualidade, inovação, responsabilidade, seriedade, confiança, competência e profissionalismo.

## **1.2. O porquê da escolha deste tema de investigação**

Após concluir a minha licenciatura em Ciências Económicas (Economia) na Universidade Lusófona da Guiné, a minha opção de prosseguir com os meus estudos era clara. Desta forma, tomei a decisão de me candidatar a um curso de mestrado no Instituto Politécnico da Guarda, em Portugal. Havia três opções de Mestrado em aberto para escolher. Fui selecionado para o Mestrado em Marketing e Comunicação, por proporcionar uma boa educação, ainda que não esteja ligada à minha área de formação, mas com o objetivo de aprofundar mais os meus conhecimentos sobre outras áreas do saber. No segundo semestre, que, na verdade, era o meu primeiro semestre do ano de 2022, uma vez que cheguei atrasado em 2021, optei por desenvolver uma dissertação de mestrado, porque na altura interessei-me pela unidade curricular de Modelos Contemporâneos de Comunicação, onde o docente é o Professor Doutor Carlos Canelos, que é o meu orientador. Devido ao meu interesse pela referida unidade curricular, decidi escolher o tema: As Plataformas Digitais de Informação e Comunicação do Operador Público Televisivo Português.

## **1.3. Objetivos gerais e específicos da investigação**

Seguidamente, são elencados os objetivos da investigação que deu origem à presente dissertação de mestrado, nomeadamente:

- I. Compreender o conceito de plataforma digital de informação e comunicação;
- II. Aprofundar o conhecimento sobre o atual contexto de atuação das plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo;
- III. Identificar e entender as principais características das plataformas digitais de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP.

#### **1.4. Contributos da investigação**

Uma investigação desse tipo possibilita avaliar se as informações coletadas são pertinentes para uma dissertação de Marketing/Comunicação (neste caso as plataformas digitais de informação e comunicação).

A falta de publicações nesta área de investigação dificulta a compreensão adequada, mas os públicos a eles dirigidos podem e devem investir mais, enriquecer o seu conhecimento e compreender de forma mais profunda este trabalho em termos científicos. Tal é um dos maiores contributos deste trabalho de investigação.

#### **1.5. Notas prévias sobre as questões metodológicas presentes na investigação**

Para a realização desta investigação, utilizámos a metodologia qualitativa. Desta forma, realizamos uma revisão de literatura sobre a área de investigação, para compreender o estado da arte e definir os conceitos envolvidos neste estudo, tais como plataformas digitais de informação e comunicação. Em seguida, desenvolvemos um caso de estudo, tendo como objeto de investigação as diversas plataformas digitais disponibilizadas pela RTP (*site* oficial da RTP; *RTP Play* e *RTP Arquivos*) e, ainda neste campo, recorreremos à análise descritiva. Apesar de esta pesquisa ser essencialmente qualitativa, também serão considerados alguns dados quantitativos.

#### **1.6. Estrutura do documento**

O presente trabalho está dividido em três capítulos para facilitar a compreensão do tema.

Em relação ao primeiro capítulo, apresenta-se o enquadramento teórico da televisão, história da RTP e a sua evolução ao longo dos tempos, falando da plataforma digital de informação e comunicação (conceito, importância, características, vantagens, desvantagens), o contexto atual da plataforma digital de informação e comunicação no campo televisivo e a convergência dos meios de comunicação social.

No segundo capítulo, trata-se do procedimento metodológico: pergunta de partida, descrição do campo de investigação do estudo (*Site* da RTP, *RTP Play*, *RTP Arquivos*), utilizando a

metodologia de análise de conteúdo que divide em duas categorias metodologia qualitativa e quantitativa e metodologias de tratamentos e análise de dados.

No último capítulo, aborda-se o resultado e discussão do trabalho, que se foca na análise do funcionamento do *site* oficial da RTP e das suas plataformas como a *RTP Play* e a *RTP Arquivos*. Por outro lado, é preciso compreender as principais características das plataformas digitais de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP.

Resumidamente, com a realização de pesquisa, é almejado adquirir conhecimento e compreensão sobre o *site* e as plataformas da RTP, bem como as características das plataformas digitais de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP.

## **2. Contextualização e Enquadramento Teórico**

Este capítulo tem como finalidade apresentar os conceitos necessários para o progresso da pesquisa em questão, especialmente em relação às plataformas digitais de informação e comunicação do operador público televisivo português (RTP) e outras áreas afins necessárias para a elaboração do referido documento.

### **2.1. Televisão**

A televisão representa um papel significativo na sociedade, pois cumpre diversas funções importantes. Em primeiro lugar, a televisão tem o poder de educar e formar o público ao transmitir programas educativos, documentários e conteúdos informativos que ajudam a expandir o conhecimento das pessoas em diversas áreas do saber (Sobral, 2013; Tolentino, 2013). Além disso, a televisão tem um papel essencial na disseminação de informações, mantendo a população informada sobre acontecimentos globais, nacionais e locais (Miller, 2009; Sobral, 2012).

Para Santos & Maissiat (2019), a televisão ensina os valores sociais, como a cidadania, a solidariedade, os interesses coletivos e a expressão de minorias rejeitadas. Isso significa que pessoas que não se reconhecem e não têm vontade de desejo próprias são oprimidas pela sociedade ditadora. De acordo com Santos & Maissiat (2019), afirma-se que nunca esquecem a televisão quando pensaram em educação. Pensamos na televisão como ferramenta educacional e informativa, que provoca reflexões sociais e contribuir para uma sociedade mais igualitária e compreensiva (Santos & Maissiat, 2019). Embora os interesses comerciais das emissoras nem sempre estejam em harmonia com os interesses do público, podemos utilizá-la de forma efetiva como ferramenta capaz de contribuir com a formação social, cultural e educacional dos telespectadores (Santos & Maissiat, 2019). A educação para a televisão não é fortuita, é necessária (Santos & Maissiat, 2019).

Segundo Machado (2011), a televisão desempenha um papel importante na sociedade, visto que permite que as pessoas fiquem informadas sobre o mundo e sejam entretidas. A televisão é uma fonte vital de informações, permitindo que as pessoas fiquem atualizadas sobre eventos locais, nacionais e internacionais. Ela representa função crucial na difusão de notícias e informações relevantes, ajudando a moldar a opinião pública e fornecendo uma plataforma para discussões e debates (Machado, 2011). É também uma importante ferramenta de publicidade, permitindo que

as empresas promovam os seus produtos e serviços para uma audiência ampla e diversa (Machado, 2011). Porém, a televisão também pode ter efeitos negativos, como a propagação de informações falsas e a exposição excessiva a conteúdos violentos ou sexuais, especialmente para crianças (Machado, 2011). É importante que os espectadores usem a televisão com discernimento e cuidado (Machado, 2011).

A televisão é uma das principais formas de entretenimento, oferecendo uma ampla variedade de programas, desde notícias e documentários até programas de entretenimento e ficção, como séries, novelas e filmes (Cádima, 2006). Para além disso, a televisão é frequentemente utilizada para fins educacionais e de divulgação científica. Por outro lado, a televisão também exerce uma função de entretenimento, proporcionando diversão e escapismo através de programas, filmes e séries que cativam a audiência (Cádima, 2006). Nos últimos anos, a televisão tem evoluído para se adaptar às mudanças no consumo de *media*, com a transição para transmissões digitais, a disponibilização de conteúdo demandante e a expansão dos serviços de *streaming* (Cádima, 2006).

Em conjunto, essas funções da televisão têm um impacto profundo na sociedade, influenciando atitudes, comportamentos e percepções das pessoas (Santos & Maissiat, 2019). No entanto, é essencial equilibrar o acesso à televisão com outras formas de aprendizagem, informação e lazer para garantir um desenvolvimento global e uma visão mais ampla do mundo (Santos & Maissiat, 2019).

Em resumo, a televisão exerce um papel crucial na sociedade ao educar/formar, informar e entreter, contribuindo para o desenvolvimento intelectual e social das pessoas. E, também essas funções contribuem para a criação de uma sociedade informada, culturalmente rica e conectada.

A televisão fascina e assusta. As suas mensagens parecem querer ocupar todas as frestas e poros da sociedade (Garcia & Menegassi, 2014). Os conceitos de tempo e espaço se relativizam (Garcia & Menegassi, 2014). O mundo fica menor, o que era distante fica próximo, as possibilidades de cooperação e solidariedade aumentam (Garcia & Menegassi, 2014). A televisão, como fenómeno social, analisa os pontos nevrálgicos da Inter-relação desse meio com a sociedade e aponta os seus possíveis desdobramentos à luz das mais recentes inovações tecnológicas (Cashmore, 1998).

A televisão é um fenómeno que transmite as imagens à distância por forma a serem vistas no preciso momento em que são registadas. A este respeito, Pinto (2000) refere que a televisão é

um serviço, um instrumento de comunicação que transmite, através do mesmo dispositivo, discursos comunicativos diversos e, articulando vários géneros, a programação pretende muitas vezes o equilíbrio entre eles.

O conceito mais relevante da televisão apresentado na obra é o de género, que é uma moeda de troca que regula a circulação dos textos ou dos programas audiovisuais no mundo mediático (Abreu & Silva, 2012), discutindo ainda funções das promessas de género e fronteiras entre os géneros. Do conceito de género deriva o de mundos televisivos e as noções de ficção e realidade (Abreu & Silva, 2012).

Pode-se afirmar, pois, que o conceito de televisão, para Parmeggiani (2016), passa pela ideia de que, como meio de comunicação de massa que é, ela apresenta múltiplas camadas, oferecendo mensagens manifestas e outras implícitas, e que o seu diferencial em relação aos demais meios é o (pseudoeolismo) que proporciona ao telespectador. Televisão é tecnologia e é uma tecnologia, articulada por dois conjuntos de significados. O segundo conjunto é composto pelos significados mediados por essas tecnologias que são abertos similarmente a negociação e transformação (Parmeggiani, 2016).

A televisão é um meio de comunicação de massa que utiliza a transmissão de imagens e sons para alcançar inúmeros espectadores (Coelho & Carvalho, 2012). É uma tecnologia que permite a exibição de programas de televisão ao vivo ou pré-gravados, incluindo notícias, programas de entretenimento, séries, documentários e eventos desportivos (Coelho & Carvalho, 2012).

A televisão ocupa um papel excecional, pela possibilidade de que tem de cercar e capturar a consciência do público por todos os lados, aproximando-se daquela meta que adorno define como a totalidade do mundo sensível numa imagem que alcança todos os órgãos, o sonho sem sonho (Sousa, 2015). Atualmente, representa uma tecnologia insubstituível, podendo faltar algum eletrodoméstico, mas o televisor é indispensável (Sousa, 2015).

O televisor é um objeto produzido numa fábrica e distribuído física e virtualmente (Miller, 2009). Porém, a televisão transforma-se em sucata, cheia de venenos e poluentes, a esperar um local de despejo (Miller, 2009). A televisão possui, em síntese, uma existência física, uma história como objeto de produção material e de consumo, além da reputação de ser um local de produção de sentido (Airey, 2007; Miller, 2009). A televisão é mais poderosa que tudo o que conhecemos, com propaganda para despertar animosidades raciais, ódios religiosos e luta de classes destrutivas (Airey, 2007; Miller, 2009).

É importante reafirmar que a televisão não foi uma invenção de somente uma pessoa. Inventores aperfeiçoaram diversas criações de outras pessoas até se chegar no que hoje se denomina televisão, a transmissão de imagens à distância (Abreu & Silva, 2012). A televisão é um meio de comunicação importante na sociedade contemporânea (Abreu & Silva, 2012).

A televisão pode ser analógica ou digital, sendo transmitida por meio de ondas eletromagnéticas ou pela *internet*. Os aparelhos de televisão são equipados com recetores que captam as ondas e convertem em imagens e sons (Coelho & Carvalho, 2012).

Para Cassaro (2020), a televisão é um sistema de transmissão de imagens e sons que permite a exibição de conteúdo audiovisual para um grande público. É uma das principais formas de *media* de massa e tornou-se um meio de comunicação globalmente popular. De acordo com Cassaro (2020), a televisão funciona por meio da captação de sinais de áudio e vídeo por uma antena ou cabo, convertidos em imagens e sons na tela do aparelho de televisão. As transmissões podem ser em direto ou gravadas, e são geralmente produzidas por empresas de televisão ou estúdios de cinema (Cassaro, 2020).

A televisão começou como uma promessa de som e imagem, ainda no século XIX (Torres, 2010). Venderam-se conjuntos de ferramentas para se comunicar ponto a ponto, como os rádios amadores (Torres, 2010). Pensaram-se que a televisão deveria ser recebida de forma maciça, em estações de comboio e armazéns, caso da Inglaterra, ou em salas como as de cinema, casos dos Estados Unidos e na Alemanha (Torres, 2010). A televisão tinha uma tecnologia própria e a sua receção era cara (Torres, 2010).

Na América, o Estado decidiu que fazer televisão seria fazer propaganda e entregou-a a grandes empresas, para proselitismo sobre o povo (Torres, 2010). E em ambas as margens do oceano, a televisão encaminhou-se para seguir o modelo da rádio, transformando-se nas primeiras décadas numa rádio com imagens (Fidalgo, 2003; Torres, 2010). Como ela tinha a força e o fascínio do direto (Torres, 2010). Nos Estados Unidos, a televisão foi estrategicamente desenhada como um *medium* para a família e para os subúrbios (Torres, 2010).

Um programa para toda a família é uma autopromoção que nos persegue até hoje, quando a família já não vê televisão em conjunto e quando a família já não é o que era dantes (Fidalgo, 2003; Torres, 2010). Depois do seu período pré-histórico, esta estratégia definiu a televisão como *media* durante décadas e sobrevive até ao presente. Convinha e ainda convém à televisão generalista, privada ou pública (Torres, 2010).

Nos primórdios, a televisão era imaginada como um meio de transmitir teatro ou desporto (Torres, 2016). Efetivamente o modelo seguido, como para a comunicação ponto a ponto com som e imagem, o mesmo que faz hoje um telemóvel ou um *software* como o do *Skype* pela *internet* (Torres, 2016). As emissoras de televisão aberta procuram interagir com os espectadores, produzindo conteúdos para a *internet* e aplicativos para computador, *tablet* e *smartphone*/telemóvel, e não definem mais sozinhas os conteúdos que passam a ser vistos e distribuídos (Becker, 2022). E observa-se nos processos de digitalização da televisão e dos meios a aparição de produtos de conteúdos audiovisuais para diferentes tipos de *media* (Becker, 2022).

## **2.2. A História da RTP**

A história revela que os primeiros passos que permitiram a televisão foram dados por alguns cientistas e pesquisadores, entre os quais se destacam: Paul Nipkow em 1884 permitia a recomposição de uma imagem por eletrónico (Abreu & Silva, 2012; Cádima, 1996). Em 1887, Heinrich Hertz produziu as primeiras ondas hertzianas (Cádima, 1996). Marconi em 1894 realizou os ensaios para as primeiras emissões hertzianas (Cádima, 1996). A primeira transmissão à distância de imagens em movimento foi, em 1923, por Zworykin nos Estados Unidos, em 1925, por John Baird (Cádima, 1996; Abreu & Silva, 2012). Depois, desenvolveu-se um dispositivo de televisão eletrónico e aperfeiçoou-se o tubo catódico e o iconoscópio para estabelecer uma definição de imagem com 450 linhas (Cádima, 1996).

De acordo com Cádima (1996), as primeiras experiências de emissões televisivas não regulares começaram ainda nos anos 1920, com o Bell Telephone Company e a RCA, nos Estados Unidos, em 1927 e com John Baird na Inglaterra, em 1929. O dia 2 de novembro de 1936 ficará, finalmente, para a história, como a data de início de um serviço público regular de televisão, iniciado pela BBC com um sistema de 405 linhas (Cádima, 1996). Desde esse tempo para cá, a televisão transformou o planeta numa verdadeira aldeia global (Cádima, 1996).

A RTP deu arranque às suas emissões regulares no dia 7 de março de 1957 (Teves, 1971; Reis, 1993; Cádima, 1996; Sousa & Santos, 2003; Baptista, 2005; Reis, 2008; Canelas, 2011b; Nunes, 2012; Pereira, 2015; Andrade, 2017; Lopes *et al.*, 2022). Contudo, “Portugal foi dos últimos países europeus a implementar a televisão” (Canelas, 2011b, p.2).

Nos anos 1920, surgiu a primeira experiência de televisão em Portugal, responsabilidade de um grupo de futuros engenheiros radioamadores que construíram um disco de Nipkow, conseguindo realmente a transmissão de imagens animadas de forma muito veloz (Cádima, 1996). Abílio Nunes dos Santos pensou em construir uma estação de televisão, mas acabou por desistir perante os conhecimentos técnicos exigidos, bem como face ao montante de capital que seria necessário para tal empresa nos anos 1930 (Cádima, 1996).

A partir dos anos 1950, muitos países da Europa iniciaram ou consolidaram as suas emissões regulares de televisão. Assim sendo, a 27 de janeiro de 1953, o governo de António de Oliveira Salazar delegou, ao Gabinete de Estudos e Ensaios da Emissora Nacional Radiodifusão, a preparação dos primeiros projetos com vista à instalação da televisão em Portugal (Reis, 2008; Canelas, 2011b). Neste contexto, o referido Gabinete criou o Grupo de Estudos de Televisão, com o intuito de realizar os estudos preliminares para a implementação de um operador de televisão (Cádima, 1996; Canelas, 2011b). Porém, “só dois anos mais tarde, isto é, a 27 de janeiro de 1955, o Governo decidiu avançar com a instalação de uma rede nacional de televisão em Portugal, encarregando novamente a Emissora Nacional de elaborar o projeto de implementação” (Canelas, 2011b, p.2). Pouco tempo depois, “a 12 de agosto de 1995, a Comissão responsável pela elaboração do mencionado projeto expôs o seu relatório e, a partir desse documento, surgiu o projeto decreto-lei da concessão para a instalação e exploração do serviço público de radiodifusão, na sua modalidade de televisão” (Canelas, 2011b, p.2).

O grande responsável pela dinâmica legal e estratégia empresarial do novo serviço de radiodifusão foi Marcelo Caetano (Cádima, 1996). Também foi ele próprio, o grande impulsionador da televisão em Portugal, e, inclusivamente, pelo esquema de distribuição do capital entre o Estado e os outros acionistas (Cádima, 1996).

Relativamente à proveniência do capital para o financiamento da RTP, o Estado era detentor de 20 mil contos (99,760€), bancos 19.975 contos (99,635€) e particulares 25 contos (125€) (Cádima, 1996). A parte que cabia ao público foi também subscrita em ações de 1000 escudos (4,988) das quais os bancos e algumas instituições de crédito tornaram-se responsáveis (Cádima, 1996; Teves, 1971). Camilo de Mendonça foi o primeiro presidente da RTP, membro da União Nacional (Cádima, 1996).

Com a assinatura da outorga feita entre o governo e os representantes da sociedade, o governo espera que os dirigentes do novo serviço público saibam fazer deste instrumento um meio de elevação moral e cultural do povo português (Cádima, 1996). No entanto, esta declaração de

Marcelo Caetano era assim um programa, e nela se identificavam claramente a estratégia instrumentalizado ao limite da própria propaganda. O interesse nacional era avaliar cláusulas sobre a suspensão do serviço pelo governo e a substituição da empresa concessionária (Sousa & Santos, 2003).

Marcelo Caetano, como ministro da Presidência, liderou todo o processo de estruturação e fundação da nova empresa de teledifusão com entusiasmo pessoal, desde regras de concessão às questões mais técnicas (Sousa & Santos, 2003). Porém, ficariam bem explícitos receios e cautelas do Estado Novo face ao meio que dava dores de cabeça a Salazar (Sousa & Santos, 2003). A televisão é um instrumento de ação, benéfico ou maléfico, consoante o critério que preside à sua utilização (Teves, 1971).

A RTP iniciou as suas primeiras emissões de rádio em Portugal, em março de 1925, pela Emissora Nacional, criada pelo Estado Novo em 1935, e que passou a ser chamada Emissora Nacional de Radiodifusão em 1936, e de televisão em 1957, a 7 de março, a partir do estúdio do Lumiar, em Lisboa (RTP, 2022a). O primeiro programa foi um discurso de António de Oliveira Salazar, seguido de um programa de variedades (RTP, 2022a). A RTP tem um riquíssimo e inigualável património audiovisual (sons e imagens), que se confunde com a história de Portugal (RTP, 2022b). Em março de 1957 chegaram as emissões regulares, mas só 60% da população tinha acesso, visto que numa primeira fase, a cobertura servia as três zonas com mais densidade populacional no país: Lisboa; Porto; Coimbra (RTP, 2022c).

No dia 4 de setembro de 1956, foi a primeira emissão experimental da RTP, na Feira Popular do Parque da Palhavã, em Lisboa (Arquivos RTP de 1956/2004b). Com a imagem dos preparativos no local da feira, dos bastidores da emissão, em que milhares de portugueses invadiram a Feira Popular, todos queriam testemunhar os acontecimentos, único na vida do país, o nascimento da Rádio e Televisão de Portugal, e de alguns momentos com protagonistas da noite (Arquivos RTP de 1956/2004b). Com a RTP, o teatro e o cinema passaram a fazer parte de todos os portugueses, tendo sido um passo decisivo para a integração de um país. Nessa altura, a RTP foi uma estação pública de formação para muitos portugueses e ao mesmo tempo foi a voz da guerra que trouxe a democracia em Portugal (Arquivos RTP de 1956/2004b).

Com a liderança de Salazar, Marcelo Caetano reconheceu a relevância deste meio de comunicação (Nunes, 2012). Marcelo Caetano foi o primeiro membro do governo a apresentar os problemas de interesse geral da nação na televisão (Nunes, 2012). Efetuou-se os primeiros passos da RTP com muito interesse e até com entusiasmo (Nunes, 2012). Como o chefe do

governo não imaginava que, anos depois, isto seria útil (Cádima, 2010). Por outro lado, a RTP foi um instrumento de propaganda e um dos eixos de manutenção do regime (Cádima, 2010).

Na década de 1960, as emissões da RTP já podiam ser visionadas pela grande parte dos portugueses (Canelas, 2011b). “Tendo como referência os dados publicados no Relatório e Contas da empresa Eurovisão que geria a rede de distribuição do sinal televisivo, em 1966, a RTP sublinha que as emissões podem ser vistas por 89,5% da população” (Canelas, 2011b, p.4).

Em 1968, a RTP disponibiliza o segundo canal que oferece mais programas, mais horas de programação, com mais variedade temática e uma nova estratégia clara de relacionamento com uma crescente audiência (Sousa & Santos, 2003). Contudo, nos anos de 1970, a RTP, com inúmeros profissionais, ajudou a alterar como os portugueses se viam no exterior e a crescente integração da empresa em organismos internacionais de televisão a tornava mais premiáveis. E, por outro lado, a televisão estatal portuguesa foi criada e consolidada sob pressupostos de apertado controlo e sem visível pela opinião do público (Sousa & Santos, 2003).

Alguns anos após o nascimento da RTP são lançados, posteriormente, três novos canais: a RTP 2, a 25 de dezembro de 1968 e, nas respetivas regiões autónomas, a RTP Madeira, a 6 de agosto de 1972 e a RTP Açores, a 10 de agosto de 1975 (Andrade, 2017).

Desde a primeira hora, a RTP foi, a seguir ao golpe militar de 25 de abril de 1974, um laboratório de experimentação da democracia nascente (Reis, 2008). Nesta época, um dos objetivos estratégicos traçados era libertar o país do regime que o dominava há muito tempo (Reis, 2008).

Porém, era um prenúncio da tempestuosa mudança que nas semanas seguintes iria transformar a RTP num laboratório vivo de experiências comunicativas híbridas entre o jornalismo e a propaganda (Baptista, 2005). Os sinais dessa mudança estão presentes desde a primeira hora da transmissão televisiva do 25 de Abril de 1974 e traduzem o desejo de dar visibilidade aos jornalistas como parceiros da revolução, nas imagens que mostram os bastidores do estúdio onde decorria a emissão do telejornal (Reis, 1993). O protocolo visual que até aí impunha seriedade aos rostos e rigidez aos corpos dos apresentadores, e no tom festivo e explicativo com que comenta os acontecimentos do dia, prometendo continuar a dar agradáveis notícias com certeza (Reis, 1993).

Para Reis (1993), contrariando as ordens do capitão Teófilo Bento, escaparam dos estúdios do Lumiar por volta das 16h e foram para o Largo do Carmo registrar, em filme e sem som, as

preciosas imagens da revolução em curso que hoje constituem o espólio visual da RTP. É a este reduzido conjunto de imagens fragmentadas e sem som que Fialho Gouveia dá sentido na edição especial do Telejornal do dia 25 de abril, num notável exercício de improviso (Reis, 1993; Baptista, 2005).

De acordo com Reis (2008), o 25 de abril proporcionou, não só o fim da censura, como também pela criação de uma nova televisão e a tentativa de realização de um novo tempo televisivo. Portanto, a revolução portuguesa originou uma alteração no quotidiano televisivo (Reis, 2008).

No pós-25 de abril, a televisão foi a grande tensão da política emergente quando comandada por um complexo de militares, comunistas, socialistas e esquerdistas revolucionários que transformaram a RTP num campo de batalha das suas estratégias políticas partidárias (Nunes, 2012). Entretanto, foi o momento de mudança de estatuto da empresa concessionária da radiotelevisão através do processo de nacionalização e da sua conseqüente transformação em empresa pública Radiotelevisão Portuguesa (Nunes, 2012).

A maior parte das estações portuguesas de radiodifusão no território continental foi nacionalizada em 1975 através dos acontecimentos devido aos do 25 de novembro (Pereira, 2015). Em 1976, houve a primeira televisão a cores em Portugal, um exemplo foi o Festival da Canção, em 1980, sendo o primeiro programa com características de entretenimento (Pereira, 2015). O Decreto-Lei de 167/84 de 22 de maio, publicado em 1984, regulamenta o estatuto de Radiodifusão Portuguesa (Pereira, 2015).

Nos anos 1970 e 1980, a RTP consolidou a sua posição como a principal fonte de informação e entretenimento em Portugal (Andrade, 2017). As transmissões a cores começaram a ser regulares para o território continental no dia 7 de março de 1980 (Canelas, 2011b; RTP, 2023a). No entanto, as emissões regulares a cores no Centro Regional dos Açores só se iniciaram a 10 de agosto de 1982 e no Centro Regional da Madeira no dia 24 de setembro de 1982 (Canelas, 2011b; RTP, 2003b).

A partir de 1991, com a retirada da taxa de televisão, “a RTP passou a ser financiada pelo Orçamento de Estado e a depender, também, das receitas publicitárias” (Canelas, 2011b, p.5).

Em 1992, a RTP lançou o seu primeiro canal internacional (RTP Internacional), destinado a levar a programação portuguesa aos emigrantes e aos países de língua portuguesa a 10 de junho (Andrade, 2017). Ainda neste ano, a 14 de agosto, a RTP passou a ser uma sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos, com a designação jurídica Radiotelevisão Portuguesa, S. A.

(Canelas, 2011b). Nos anos seguintes, a RTP ampliou a sua oferta de programação, com a introdução de novos programas de entretenimento, notícias e desporto (Andrade, 2017).

No dia 7 de março de 1997, foi inaugurado o canal RTP África, embora as emissões regulares tivessem tido o seu início a 7 de janeiro de 1998, tendo como público-alvo os habitantes de Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe (Canelas, 2011b; RTP, 2022b).

Podem-se considerar três momentos de inauguração do jornalismo televisivo em Portugal (Lopes *et al.*, 2022):

1. Comparativamente ao primeiro, ocorreu pelas 21:30 do dia 4 de setembro de 1956. Entretanto, a primeira transmissão experimental de televisão em Portugal começou na Feira Popular de Lisboa;
2. Referente ao segundo, ocasião histórica na RTP, que pode ser considerada a grande reportagem televisiva concluída em Portugal. Ocorre em fevereiro de 1957 quando a Rainha Isabel II de Inglaterra visitou Portugal;
3. No que toca ao terceiro, aconteceu no dia 7 de março de 1957, com o início das emissões regulares, a RTP inaugurou um regular e diário serviço noticioso, ao princípio da noite, numa tradição que marcou definitivamente, até hoje, a programação televisiva. Destes três momentos inaugurais, o dia 7 de março de 1957 foi o escolhido para assinalar o aniversário da RTP.

Para Lopes *et al.* (2022), ainda assim, nos primeiros tempos, os serviços noticiosos da RTP eram a síntese de duas grandes influências, a dos jornais de atualidades cinematográficas e a dos serviços noticiosos radiofónicos. Existia, por isso, na programação informativa da RTP o Jornal de Atualidades e o Telejornal (Lopes *et al.*, 2022). O Jornal de Atualidades foi feito basicamente reexibindo filmes do circuito cinematográfico a que se foi a juntar, em crescendo, a produção própria da RTP (Lopes *et al.*, 2022).

O longo percurso da RTP sempre se fez com e para os portugueses (RTP, 2022a). A RTP abriu as suas janelas para o mundo, procurando informar e documentar, educar e entreter, sempre na consciência da grande responsabilidade que nos cabe, enquanto prestadores de serviços sério e credível, e que o país reconhece como uma marca forte da nossa identidade (RTP, 2022a). Quando tantos desafios se colocam pela frente, importa mais do que nunca conhecer esse

passado para, com a certeza de que o caminho se faz caminhando, continuaremos a construir o futuro (RTP, 2022a). A RTP também participou ativamente na transição para a democracia em Portugal, ao permitir a transmissão de debates políticos e a cobertura das eleições (RTP, 2022a).

### **2.2.1. A Evolução da RTP**

A grande mudança que viria abalar o serviço público português aconteceu com a desregulamentação do sector televisivo, depois de um processo iniciado já na década de 1970, que viria, no entanto, a dar frutos sobretudo na década de 1980 e que abriria as portas da televisão ao mercado (Carneiro, 2006). A 6 de outubro de 1992, a SIC, primeiro operador privado de televisão em Portugal, arrancava com as suas emissões, seguindo-se o arranque da TVI a 20 de fevereiro de 1993 (Carneiro, 2006).

De acordo com Lopes & Coutinho (2022), claramente, a RTP1 assumiu-se como concorrente dos canais privados e entrou na luta pelas audiências a partir do início das emissões da SIC. Assim, para compreendermos a trajetória do segundo canal da RTP no período de 1992 a 2001 é necessário contextualizá-la no panorama da coexistência da RTP1, SIC e TVI (Lopes & Coutinho, 2022). Foi nosso propósito aferir qual o investimento realizado na investigação jornalística, que implica um tempo significativo de elaboração, o jornalismo visual em Portugal, bem como meios humanos e técnicos mobilizados para um trabalho de maior profundidade, comparativamente com a produção jornalística destinada aos telejornais (Lopes & Coutinho, 2022).

No entanto, assumindo uma abordagem cronológica, apresentamos uma análise que compreende dezoito anos de emissão (Lopes & Coutinho, 2022). Compreendemos que, ao longo do percurso agora em causa, o segundo canal consolidou o seu posicionamento como alternativa à RTP1, SIC e TVI, demarcando-se dos programas de informação do prime equipa dos três canais generalistas, essencialmente pelas temáticas escolhidas, situadas cada vez mais no campo da cultura, da ciência e das causas cívicas e ambientais (Lopes & Coutinho, 2022).

Segundo Godinho (2011), para além da produção académica, não podemos ignorar como a própria RTP dá a conhecer a sua história, nomeadamente no seu *site*, onde podemos consultar a obra de Vasco Hogan Teves, que trabalhou muitos anos na área de informação da RTP, alguns dos quais em cargos de chefia. Os 50 primeiros anos da RTP estão documentados com exaustividade e detalhes que suscitam o interesse de qualquer académico que estude o fenómeno

televisivo português (Godinho, 2011). Trata-se de um bom exemplo de um intenso trabalho de inventariação de dados realizado fora do âmbito académico (Godinho, 2011).

A RTP lançou a sua plataforma *online* em 1997 (RTP *Online*), tornando-se uma das primeiras emissoras públicas a disponibilizar conteúdo na *internet* (Alvim, 2021). Na época, a plataforma consistia num *site* simples que fornecia informações sobre a programação da RTP, notícias e conteúdo de arquivo (Alvim, 2021).

Segundo Alvim (2021), a RTP *online* é uma plataforma abrangente que oferece uma ampla gama de conteúdos em várias línguas, incluindo notícias, desportos, entretenimento, documentários e programas educativos. A plataforma é acessível a partir de qualquer dispositivo conectado à *internet* e é uma parte importante da oferta de *media* da RTP (Alvim, 2021). O *site* da RTP era bastante básico, mas oferecia aos visitantes a oportunidade de assistir a programas da RTP, ler notícias e ouvir rádio *online* (Alvim, 2021). Ao longo dos anos, o *site* evoluiu e expandiu-se para incluir mais conteúdo, como vídeos sob procura, transmissões em direto, jogos e aplicativos móveis (Alvim, 2021). No presente, a RTP *online* é uma plataforma importante para a emissora, permitindo que ela alcance um público cada vez mais amplo em todo o mundo e oferecendo aos telespectadores a conveniência de assistir a seus programas favoritos em qualquer lugar e a qualquer hora (Alvim, 2021).

Atualmente, a RTP é composta por três meios, sendo eles a rádio e televisão e o *online* (Andrade, 2017). A RTP integra um universo rico e diversificado de marcas de televisão, rádio e *online*, sendo uma referência cultural para todos os portugueses (Andrade, 2017; RTP, 2023d).

Para além disso, a RTP tem vários canais de televisão em Portugal (RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória, RTP África ou RTP Internacional, além de vários canais de rádio e plataformas digitais (RTP, 2023b). A RTP continua a ser uma das principais fontes de informação e entretenimento para os portugueses, bem como uma referência na divulgação da cultura portuguesa em todo o mundo (RTP, 2023b).

A RTP é a empresa de *media* com mais história e tradição na comunicação social portuguesa (RTP, 2022a). A RTP, desde sempre, tem apostado na inovação e na qualidade da imagem da sua emissora televisiva (RTP, 2022a). A RTP é pioneira em diversas áreas e tecnologias, com uma crescente e efetiva oferta multiplataforma, transversal, com destaque em soluções de interatividade, apostando permanentemente em formatos diferenciados (RTP, 2022a).

A RTP é o operador de serviço público de Rádio e Televisão de Portugal (RTP, 2023c). Tem uma história única, construída ao longo de décadas e um património insubstituível na vida dos portugueses (RTP, 2023c). Em consonância com a RTP (2023c), a capacidade para chegar a um vasto e heterogéneo público e cobrir alargados segmentos de população que impacta, são fatores indicativos da relevância para o desenvolvimento social, cultural e económico do país.

Segundo Rodrigues *et al.* (2019), a RTP distingue-se pela qualidade e diversidade dos conteúdos que cria e que transmite ao seu público, conseguindo chegar a todos os segmentos da população, contribuindo, desta forma, para o desenvolvimento social, cultural e económico do país. Conta com (8) oito canais televisivos e (7) sete canais de rádio, garantido assim a referida diversificação de conteúdos e cobertura de todas as áreas (Rodrigues *et al.*, 2019).

Na sua missão de serviço público, a RTP assume relevância pela qualidade e diversidade da oferta, tanto na rádio como na televisão, bem como nos conteúdos que disponibiliza *online* (RTP, 2023d). A RTP é de todos e para todos. Chega às maiorias e às minorias, ao público com necessidades especiais e está próxima de todos os portugueses, onde quer que estejam. O principal objetivo é aproximar a RTP dos portugueses (RTP, 2023d). A RTP liga Portugal e os portugueses a si, entre si e ao mundo (RTP, 2023d). A missão e objetivos são fixados na Lei e no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (RTP, 2023d).

O *site* da RTP é um dos mais consultados em Portugal, com uma grande oferta de funcionalidades (Rodrigues *et al.*, 2019). A presença nas redes sociais também é um fator importantíssimo para a criação de valor para o público-alvo e indispensável presentemente (Rodrigues *et al.*, 2019). O que muitos portugueses desconhecem é que a RTP possui um dos maiores conjuntos museológicos de rádio e televisão da Europa, que contém mais de 5.000 peças de rádio e de televisão (Rodrigues *et al.*, 2019). Para Rodrigues *et al.* (2019), o cuidado e atenção que a RTP dedica à sociedade leva a mesma a integrar na sua equipa dois técnicos, cuja responsabilidade é a de avaliar os conteúdos emitidos por todas as frações da empresa e a avaliação dos colaboradores, tendo em vista a melhoria contínua. Estes profissionais são denominados por provedores do ouvinte e do telespectador (Rodrigues *et al.*, 2019). A grande missão dos abastecedores é garantir a proximidade entre a empresa e o público, assegurando que o comentário do público é sempre tido em conta na produção de conteúdos (Rodrigues *et al.*, 2019).

Com o aparecimento de novos canais de televisão a partir de 2002, as novas plataformas e a evolução tecnológica foram decisivas no panorama audiovisual português, revolucionaram o

mercado e abriram novos desafios e oportunidades à RTP (Lopes *et al.*, 2022). Posto isto, a Rádio e Televisão de Portugal investe na experiência, *know how*, qualidade, inovação, responsabilidade, seriedade, confiança, competência, profissionalismo para poder fundamentalmente dar resposta às necessidades cada vez mais específicas e exigentes do seu público (Lopes *et al.*, 2022). Porém, com 80 anos de Rádio, 58 de Televisão e 17 de *Online*, através do *site* e redes sociais (RTP, 2023d).

Dada a conjuntura da reestruturação da RTP, em 2003, nada mais restava do que dar um novo rosto à RTP, (Programa de Fénix de Reestruturação da RTP, 2003, *as cited in* Carneiro, 2006):

1. Manter um canal nacional de vocação generalista, no caso a RTP1;
2. Dois canais internacionais (RTP África e RTP Internacional);
3. Novos conceitos de canais a desenvolver no âmbito da televisão por cabo: RTP Regiões, um canal dedicado à informação regional, que acabou por não ir avante, e RTP Memória, para aproveitar muita da programação existente em arquivo, canal esse que já se encontra em funcionamento desde 2003;
4. Entregar a 2.<sup>a</sup> licença à sociedade civil, criando o “Canal Sociedade”. Neste espaço, diferentes instituições podiam ter voz através da criação de diferentes programas da sua autoria. Tratava-se de um novo conceito, onde vários parceiros tinham a possibilidade de estabelecer uma via de comunicação e relacionamento direto com o público. O projeto já está em funcionamento, mas a RTP vai manter a gestão do canal até ao seu desenvolvimento e consolidação jurídica e organizacional;
5. Reduzir os custos com a grelha de programação e com a estrutura. No fundo, o que se pretendia era implementar uma gestão empresarial rigorosa, com objetivos claros, processos orçamentais equilibrados, sistemas de incentivos e métodos de avaliação e controlo bem definidos;
6. Aquisição da totalidade da NTV, para fortalecer a presença no cabo. Depois de uma renovação de imagem, esta acabaria por passar a designar-se por RTP;
7. Garantir uma utilização eficiente dos recursos disponíveis, o que passou pela dispensa de muitos funcionários, particularmente dos mais antigos, em situação de pré-reforma/reforma, e também dos mais novos, com vínculos precários à empresa.

Apesar do compromisso com o serviço português, a nova RTP surgiu mais sedutora, com uma imagem renovada, moderna, de uma televisão voltada para o futuro (Carneiro, 2006). A televisão pública conseguiu mostrar que se pode seduzir o público, recorrendo muitas vezes ao espetáculo, sem que isso implique necessariamente uma falta de qualidade (Carneiro, 2006).

A RTP passa a incluir num só grupo quatro entidades operacionais como sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos em 2004, transformou-se numa nova sociedade gestora de participações sociais, nomeadamente Rádio e Televisão de Portugal (Nunes, 2012):

RTP – Radiotelevisão Portuguesa que difunde a televisão;

RDP – Radiodifusão Portuguesa que divulga a rádio;

RTP – Meios de produção dedicada à produção interna;

*Media* parque, estrutura gestora das instalações.

Em 2004, a RTP passou por uma reestruturação e foi criada a RTP Multimédia, que integrou os serviços de televisão, rádio e *internet*. Ainda no ano 2004, “a RTP lançou mais dois novos canais, a serem emitidos através de televisão por cabo, designadamente o canal temático de cariz noticioso RTP N (presentemente designado RTP 3) e a RTP Memória, transmitido programas difundidos pelo operador público de televisão. Deste modo, o canal RTP N iniciou as suas emissões no dia 31 de maio e a RTP Memória no dia 4 de outubro” (Canelas, 2011b, p.6).

Em 2006, a RTP apresentou um canal específico para telemóvel, a RTP Mobile (Canelas, 2011b).

A RTP também investe em conteúdos digitais, como a plataforma de *streaming* RTP Play, que oferece acesso à programação em direto e demandante (RTP, 2023d). A empresa tem sido responsável por produções emblemáticas em Portugal, como o Festival da Canção, o Telejornal e a série Conta-me como foi (RTP, 2023d).

Segundo Burnay *et al.* (2020), em 2011, a RTP lançou a RTP Play, uma plataforma *online* que oferece acesso aos conteúdos da emissora por meio de *streaming* de vídeo. A RTP Play foi criada como uma forma de expandir a presença da RTP na *internet* e alcançar um público cada vez mais conectado e exigente por conteúdo sob procura (Burnay *et al.*, 2020). Desde o seu lançamento, a RTP Play tornou-se uma das plataformas de *streaming* mais populares em

Portugal, com milhões de visitas mensais e uma ampla gama de conteúdos disponíveis (Burnay *et al.*, 2020).

Além disso, para Burnay *et al.* (2020), a *RTP Play* tornou-se uma ferramenta importante para a RTP, que agora pode medir o interesse do público em diferentes programas e adaptar a sua programação em tempo real para atender à procura dos espectadores. A *RTP Play* tem sido continuamente atualizada e expandida para oferecer uma experiência cada vez melhor para os seus utilizadores (Burnay *et al.*, 2020). A plataforma também permite que os utilizadores criem as suas próprias seleções musicais, salvem os seus programas favoritos e interajam com outros utilizadores por meio de comentários e compartilhamento nas redes sociais (Burnay *et al.*, 2020).

Em 2014, a RTP lançou diversos projetos digitais de referência e inovadores, incluindo o AppI 5i RTP e o portal ensina RTP (Pereira, 2015). Para além disso, a RTP também lançou o novo *site* do arquivo RTP, que permitia aos utilizadores acederem a um vasto acervo de conteúdos históricos da televisão pública portuguesa (Pereira, 2015). O AppI 5i RTP era uma aplicação que permitia aos utilizadores assistirem aos programas da RTP nos dispositivos móveis, além de oferecer recursos adicionais, como guias de programação e a capacidade de marcar programas favoritos para visualização posterior (Pereira, 2015). O AppI 5i RTP oferece acesso a uma grande variedade de materiais de arquivo, incluindo programas de televisão e rádio, entrevistas e documentários (Pereira, 2015).

Consoante Pereira (2015), esta aplicação disponibilizava informações sobre programas e notícias, bem como conteúdo exclusivo e em direto, permitindo que os utilizadores assistissem aos programas da RTP em qualquer lugar. O portal ensina RTP, por sua vez, era um *site* educativo que disponibilizava conteúdo pedagógico voltado para professores e alunos, com o objetivo de enriquecer o ensino e a aprendizagem por meio de recursos audiovisuais e interativos (Pereira, 2015). O novo *site* contava com uma interface moderna e intuitiva, permitindo uma navegação mais fácil e ágil pelos arquivos da RTP (Pereira, 2015).

Em 2015, a Rádio Pública comemorou 80 anos de existência (Santos *et al.*, 2015). Fundada em 1935, a RTP é a empresa pública de rádio e televisão em Portugal, sendo responsável pela produção e emissão de programas de rádio e televisão em todo o território nacional (Santos *et al.*, 2015). A RTP é, tal como referido, uma das empresas de *media* em Portugal, tendo um papel fundamental na difusão de informação e cultura no país. Desde a sua fundação, a empresa tem evoluído e adaptando-se às mudanças tecnológicas e sociais, mantendo-se sempre na vanguarda

da comunicação social em Portugal (Santos *et al.*, 2015). A celebração dos 80 anos da RTP foi uma oportunidade para a emissora refletir sobre a sua história e importância na cultura portuguesa, além de destacar a sua visão para o futuro da *media* pública em Portugal (Santos *et al.*, 2015).

A RTP é a emissora pública de rádio e televisão de Portugal e tem passado por uma evolução significativa nos últimos anos. Aqui estão algumas das mudanças mais importantes (Lopes *et al.*, 2022):

- 1) **Expansão da programação digital:** A RTP aumentou a sua presença digital nos últimos anos, criando canais *online* e expandindo a sua programação de *streaming*. Além disso, a RTP investe em conteúdo para redes sociais, como o *YouTube* e o *Facebook*, de modo a atingir um público mais amplo e diversificado;
- 2) **Modernização tecnológica:** A RTP tem feito grandes investimentos em tecnologia para modernizar as suas instalações e infraestrutura. Isso inclui a transição para o formato de alta-definição, a atualização dos equipamentos de transmissão e a construção de novos estúdios de gravação;
- 3) **Aposta em conteúdo nacional:** A RTP tem se concentrado cada vez mais na produção de conteúdo nacional, com um orçamento dedicado a esse fim. Isso inclui programas de entretenimento, documentários, séries e filmes, que têm sido amplamente elogiados pela crítica e pelo público;
- 4) **Maior foco na cultura portuguesa:** A RTP tem procurado promover a cultura portuguesa nos seus programas, valorizando as tradições e os costumes do país. Além disso, a emissora investe em programas de notícias que abordam questões relevantes para a sociedade portuguesa;
- 5) **Internacionalização:** A RTP tem tentado expandir a sua presença no mercado internacional, procurando novas parcerias e acordos de distribuição. Isso permite que a emissora alcance um público maior em todo o mundo e aumente a sua relevância global.

Geralmente, a RTP tem passado por uma evolução positiva, modernizando a sua infraestrutura, investindo em conteúdo nacional e expandindo a sua presença digital (Lopes *et al.*, 2022). Com

essas mudanças, a emissora tem conseguido se manter relevante e atenta às expectativas do seu público, tanto em Portugal quanto no exterior (Lopes *et al.*, 2022).

Em termos de televisão, a RTP investe em novos formatos de programas e em produções nacionais, procurando destacar a cultura e a identidade portuguesas (RTP, 2023e). A empresa investe em programas de informação, entretenimento e desporto, bem como em séries e programas de ficção, tanto para a televisão aberta como para plataformas de *streaming* (RTP, 2023e). A empresa amplia a sua presença em África, América do Sul e Europa, oferecendo programas em português para a diáspora e para os falantes da língua portuguesa em todo o mundo (RTP, 2023f).

Em suma, a RTP tem procurado modernizar-se e adaptar-se às novas tendências do mercado, mantendo-se fiel ao seu compromisso de fornecer conteúdo de qualidade e de relevância para o público português e para o mundo (RTP, 2023f).

## **2.3. Plataformas Digitais de Informação e Comunicação**

### **2.3.1. Conceito**

As plataformas digitais de informação e comunicação, entendidas como um sistema tecnológico, permitem ao utilizador comunicar e aceder a informações de forma *online* (Mendes, 2020).

De acordo com Albuquerque & Silva (2021), as plataformas digitais de informação e comunicação são instrumentos tecnológicos que permitem difundir a produção, o armazenamento, a recuperação, a divulgação de dados e a interação, seja dialógica ou não, entre os seus utilizadores. As contextualizações de plataformas digitais apresentam, dessa forma, características que estão ligadas à sua capacidade de gerir a informação, bem como promover o relacionamento entre indivíduos (Albuquerque & Silva, 2021).

Como confirma Valente (2014), plataformas digitais de informação e comunicação, no âmbito jornalístico, permitem aumentar a eficiência dos recursos tanto para a busca, quanto para o acesso à informação, sofisticados aparelhos de busca que permitem encontrar, de modo muito rápido, a informação existente em banco de dados ou na *web* (Valente, 2014). Relativamente à comunicação, consiste na transmissão de informação entre um emissor e um recetor que

interpreta uma determinada mensagem (Valente, 2014). Do ponto de vista comunicacional, é baseada no conceito de emissor-recetor que foi amplamente utilizado nos meios de comunicação de massa (Valente, 2014). O recetor era visto como um vaso que deveria ser preenchido e tudo que viesse do emissor deveria ser aceite pelo recetor (Valente, 2014). A *internet* fica cada vez mais interessante, possibilitando a exploração de um número incrível de assunto (Valente, 2014).

As plataformas digitais de informação e comunicação, segundo Albuquerque & Silva (2021), são meios ou canais com características propícias à disseminação de informações, expressão pessoal, deliberação democrática e ação coletiva. Contudo, o uso destas plataformas digitais traz a ideia de uma organização da informação que possa auxiliar na prestação de contas, com o maior controle das práticas de linha de frente, no aumento da vantagem competitiva, no melhor desempenho organizacional e humano (Albuquerque & Silva, 2021).

Para Carmo (2013), plataformas digitais de informação e comunicação são espaços *online* onde as pessoas podem compartilhar e aceder informações, além de se comunicar com outras pessoas. Essas plataformas podem ser desenvolvidas para diversas fins, como educação, negócios, *media* sociais, entre outros (Carmo, 2013).

Segundo Carmo (2013), essas plataformas podem incluir vários recursos, tais como:

- **Ferramentas de comunicação**, como bate-papo, videoconferência e correio eletrónico;
- **Recursos de partilha de ficheiros**, como documentos, fotos ou vídeos;
- **Ferramentas de colaboração**, como edição de documentos em tempo real e recursos de gestões de projetos;
- **Recursos de análise de dados**, como visualizações de dados e relatórios personalizados;
- **Ferramentas de segurança**, como autenticação de utilizadores e criptografia de dados.

As plataformas digitais de informação e comunicação podem ser usadas por indivíduos, empresas e organizações para aumentar a eficiência, melhorar a colaboração e facilitar a comunicação. Alguns exemplos de plataformas digitais populares incluem o *Google Drive*, o *Slack*, o *Zoom*, o *Microsoft Teams* e o *Facebook* (Silveira, 2017).

Conforme Fernandes *et al.* (2020), as plataformas digitais de informação e comunicação são ambientes *online* que permitem as trocas de informações e a interação entre as pessoas e organizações de forma virtual. Essas plataformas podem ser utilizadas para diversos fins, como partilhar notícias, publicar conteúdo, realizar vendas, realizar atendimentos, entre outras possibilidades (Fernandes *et al.*, 2020).

Além disso, as plataformas digitais de informação e comunicação permitem que um conteúdo digital, como áudio, vídeo ou texto, sejam vistos, lidos e escutados em várias plataformas (como computador, rádio, televisão digital, telemóvel, e circule uma intangível: *internet*) (Castro, 2020).

Consoante Chaves (2015), algumas plataformas digitais de informação e comunicação são projetadas para atender a necessidades específicas, como comunicação entre equipes de trabalho, educação a distância, suporte técnico, gestão de projetos, entre outros. No entanto, essas plataformas podem ser hospedadas em servidores locais ou em nuvem e, geralmente, são acessíveis por dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets* (Chaves, 2015).

Existem diversas ferramentas que podem ser utilizadas para criar plataformas digitais de informação e comunicação, como *site*, aplicativos, redes sociais, fóruns, *blogues*, entre outros (Fernandes *et al.*, 2020). O objetivo principal é oferecer um espaço de troca de informações e interação, seja para uma empresa, uma comunidade ou um grupo específico de pessoas (Fernandes *et al.*, 2020).

Segundo Chaves (2015), algumas plataformas digitais de informação e comunicação são bastantes conhecidas, como as redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *LinkedIn*, além dos aplicativos de mensagens *WhatsApp* e *Telegram*. No entanto, há muitas outras plataformas em que são desenvolvidas para atender a necessidades específicas de determinados grupos de utilizadores, como as plataformas de ensino à distância, as plataformas de trabalho colaborativo, as plataformas de *crowdfunding*, entre outras (Chaves, 2015).

Embora, em diferentes conceitos de plataformas de comunicação, segundo Santos & Luz (2013), a televisão digital não seja apenas uma evolução tecnológica da televisão analógica, mas sim uma nova plataforma digital de comunicação, cujos impactos na sociedade ainda estão se delineando. A televisão é tão grande que outros veículos comunicacionais como os jornais, a rádio, o cinema e revistas acabaram por se estruturar diante do crescimento e desenvolvimento desta plataforma digital de comunicação (Santos & Luz, 2013).

### 2.3.2. Importância

As plataformas digitais de informação e comunicação são extremamente importantes na sociedade atual, por permitir que as pessoas se conectem e comuniquem entre si de maneira rápida e eficiente, independentemente da sua localização geográfica (Abreu, 2016). Para além do mais, as plataformas digitais de informação e comunicação são ferramentas poderosas para aceder e partilhar informações, o que pode aumentar o conhecimento, promover a educação e melhorar a tomada de decisões (Abreu, 2016).

Para Oliveira *et al.* (2017), as plataformas digitais de informação e comunicação são fundamentais para o mundo moderno, com um papel cada vez mais importante nas nossas vidas pessoais e profissionais. Isso permite que aprendamos coisas novas, nos mantenhamos informados sobre o mundo ao nosso redor e tomemos decisões informadas (Oliveira *et al.*, 2017).

Em resumo, as plataformas digitais de informação e comunicação são importantes, porque nos permitem aceder informações, comunicar, fazer negócios, aprender, nos divertir e conectar-nos com pessoas em todo o mundo (Abreu, 2016).

As plataformas de informação e comunicação podem ser usadas para diversos fins, como educacionais, empresariais, sociais, entre outros (Machado & Moraes, 2015). Por exemplo, uma plataforma digital de educação pode oferecer aulas *online*, material de estudo, fóruns de discussão, entre outros recursos que ajudem os alunos a aprenderem de forma remota. Já uma plataforma de negócios pode oferecer serviços de venda *online*, sala de conversação de atendimento ao cliente, entre outras funcionalidades (Machado & Moraes, 2015).

### 2.3.3. Características

Algumas das características comuns dessas plataformas incluem (Winckler & Pimenta, 2002):

- **Acesso via *internet*:** a plataforma é acessada por meio de um navegador *web*, sem a necessidade de instalação de *softwares* adicionais;

- **Interatividade:** os utilizadores podem interagir entre si, seja por meio de sala de conversação, fóruns de discussão, videoconferência, entre outros;
- **Compartilhamento de conteúdo:** os utilizadores podem compartilhar arquivos, documentos, imagens, vídeos, entre outros tipos de conteúdo;
- **Organização de informações:** as plataformas geralmente têm uma estrutura organizada para facilitar a localização de informações relevantes;

Segundo Guedes (2020), as plataformas digitais de informação e comunicação são ferramentas que permitem as trocas de informações e o compartilhamento de conteúdo entre utilizadores conectados à *internet*.

As principais características das plataformas digitais de informação e comunicação são (Bianchi *et al.*, 2007; Guedes, 2020):

1. **Conexão (Ligação):** as plataformas digitais de informação e comunicação permitem que os utilizadores se conectem entre si, independentemente de onde estejam;
2. **Partilha de ficheiros:** as plataformas digitais de informação e comunicação permitem que os utilizadores partilhem informações e conteúdo entre si, como fotografias, vídeos, documentos, ligações, entre outros;
3. **Personalização:** as plataformas digitais de informação e comunicação oferecem recursos para os utilizadores poderem personalizar a sua experiência, como escolher o tema da interface, seleccionar as fontes de informação de interesse, configurar notificações, entre outros;
4. **Acesso em tempo real:** as plataformas digitais de informação e comunicação permitem que os utilizadores acedam a informações e conteúdo em tempo real, sem a necessidade de esperar por atualizações;
5. **Escalabilidade (Crescimento de sistema empresarial para atender às procuras):** as plataformas digitais de informação e comunicação conseguem suportar inúmeros utilizadores e informações, sem que haja perda de qualidade ou eficiência;

6. **Segurança:** as plataformas oferecem recursos para proteger a privacidade e a segurança dos utilizadores, como criptografia de dados, autenticação de utilizadores, políticas de privacidade, entre outros.

#### 2.3.4. Vantagens

As principais vantagens das plataformas digitais de informação e comunicação são as facilidades de compartilhamento de informações, a possibilidade de interação em tempo real entre utilizadores, a organização de dados de forma estruturada, a possibilidade de automatização de tarefas e a capacidade de fornecer dados analíticos para tomada de decisão (Rodrigues, 2016; Costa, 2020).

Segundo Rodrigues (2016) e Costa (2020), as principais vantagens de plataforma digitais de informação e comunicação incluem:

- **Comunicação em tempo real:** as plataformas digitais de informação e comunicação permitem que as pessoas se comuniquem instantaneamente, independentemente da distância geográfica;
- **Facilitação do comércio eletrônico:** as plataformas digitais de informação e comunicação são fundamentais para o comércio eletrônico, sendo uma das principais formas de comércio na sociedade atual;
- **Colaboração e compartilhamento de conhecimentos:** as plataformas digitais de informação e comunicação permitem que as pessoas colaborem e compartilhem conhecimentos, o que pode levar a novas ideias e soluções inovadoras para problemas.

As plataformas digitais de informação e comunicação tornaram-se cada vez mais populares devido aos avanços tecnológicos e à necessidade de comunicação e ter acesso a informações de forma rápida e eficiente (Rodrigues, 2016).

Algumas das vantagens de utilizar as plataformas digitais de informação e comunicação incluem a facilidade de acesso às informações, a possibilidade de interagir com outras pessoas de forma antiga, a disponibilidade de informações atualizadas em tempo real, a facilidade de gestão de

informações e o alcance potencialmente ilimitado de pessoas que podem ser alcançadas por meio da plataforma (Siqueira, 2005).

### 2.3.5. Desvantagens

Embora as plataformas digitais de informação e comunicação tenham trazido muitos benefícios, também apresentam algumas desvantagens, tais como (Araújo *et al.*, 2021; Pereira *et al.*, 2021):

- **Dependência:** as pessoas podem se tornar muito dependentes dessas plataformas para obter informações e comunicar com os outros. Isso pode levar a uma perda de habilidades sociais e de comunicação cara a cara;
- **Isolamento social:** embora as plataformas digitais possam ajudar a conectar as pessoas em diferentes partes do mundo, elas também podem levar ao isolamento social e à falta de interação face à face;
- **Sobrecarga de informações:** o excesso de informações disponíveis nas plataformas digitais pode ser esmagador e difícil de gerir, o que pode dificultar a encontrar informações relevantes;
- **Dependência de tecnologia:** as plataformas digitais dependem de tecnologia, o que pode levar a interrupções no serviço ou falhas no sistema;
- **Problemas de privacidade e segurança:** as plataformas digitais podem coletar e armazenar informações pessoais dos utilizadores, o que pode levar a problemas de privacidade e segurança, como vazamentos de dados ou invasões de contas;
- **Divulgação de Desinformação:** as plataformas digitais também podem ser usadas para espalhar desinformação e notícias falsas, o que pode levar a consequências graves, como a propagação de teorias conspiratórias ou o aumento da popularização política.

Essas são apenas algumas das desvantagens das plataformas digitais de informação e comunicação (Araújo *et al.*, 2021; Pereira *et al.*, 2021). É importante avaliar cuidadosamente as implicações do seu uso e buscar um equilíbrio saudável entre as atividades digitais e *offline* (Araújo *et al.*, 2021; Pereira *et al.*, 2021).

## 2.4. Plataformas Digitais de Informação e Comunicação no Campo Televisivo

Pela importância que a televisão tem para a sociedade, nomeadamente a defesa de doutrina fundamentais como o pluralismo informativo e diversidade cultural, bem como a prossecução de objetivos de interesse geral tais como a promoção da qualidade do discurso público e o desenvolvimento social, considera-se pertinente analisar as opções políticas sobre o modelo de serviço público de rádio e televisão (Cádima, 2016).

As novas emissoras de televisão foram sendo instaladas, aumentando as fontes de produção de conteúdo audiovisual, e o acesso à televisão foi se tornando mais acessível de retransmissoras de televisão para distribuir sinais nas cidades menores e ao redor das cidades com emissoras geradoras (Balan, 2013). A partir da década de 1980, com a utilização dos satélites, as emissoras passaram a formar as redes de emissoras com programação em tempo real, o que permitiu a difusão dos conteúdos com uma cobertura de televisão em quase todo o território, evoluindo também a linguagem de comunicação que deixa de ser local e regional para se tornar nacional (Balan, 2013).

Para Gabriel (2017), as emissoras de televisão têm procurado se adaptar a essa realidade, oferecendo cada vez mais conteúdo em suas plataformas digitais, como *sites*, aplicativos e redes sociais, além de investir em tecnologias que permitam a transmissão de conteúdo em tempo real, como a televisão via *streaming* (serviço de transmissão).

As competições entre as plataformas digitais têm sido intensas, com a entrada de novos *players* (jogadores) no mercado, como as empresas de *streaming* e as redes sociais, que têm investido em produções próprias e licenciamento de conteúdo para atrair o público (Gabriel, 2017).

Consoante Poletini (2012), as empresas de televisão têm se adaptado a essa tendência, investindo em plataformas digitais de *streaming*, como *Netflix*, *Amazon Prime Vídeo*, *Disney+*, entre outras. Essas plataformas oferecem conteúdo original e licenciado, além de permitir aos utilizadores assistir aos seus programas favoritos sob procura, sem precisar esperar por horários de transmissão (Poletini, 2012). Além disso, as redes sociais têm um papel relevante nas plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo (Poletini, 2012). As emissoras de televisão usam cada vez mais plataformas como o *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* para promover os seus programas e interagir com os telespectadores (Poletini, 2012).

As plataformas digitais permitem uma maior interação e “engajamento” com o público, por meio de recursos como comentários em tempo real, votação e compartilhamento de conteúdo nas redes sociais (Lemos *et al.*, 2011). As empresas de televisão também investem em produção de conteúdo exclusivo para plataformas digitais, que muitas vezes é mais curto, segmentado e com um apelo mais forte para públicos específicos (Lemos *et al.*, 2011). Por outro lado, as plataformas digitais também apresentam desafios para as empresas de televisão, como a necessidade de competir com outras fontes de conteúdo *online* e garantir a qualidade do conteúdo oferecido nas suas plataformas digitais (Lemos *et al.*, 2011).

Para Balan (2013), com reconhecimento desta mudança no processo de produção e na dinâmica de exibição, a emissora conseguiu manter a transferência da audiência de um programa para outro na grade vertical, por não permitir tempo ao telespectador se interessar pelo conteúdo da outra emissora. A forma de tornar público conteúdo televisivo passou a contar com outras plataformas de difusão que tornaram mais democráticas e acessíveis às práticas de gerar conteúdos (Balan, 2013). O vídeo sempre fascinou as pessoas, ao atuar diretamente nas sensações visuais e auditivas, proporcionando emoções e reações humanas pelos conteúdos apresentados e as novas plataformas digitais favorecem a probabilidade que o público possa fazer a própria programação com conteúdo do seu interesse, sem depender exclusivamente da programação exibida pela emissora de televisão cujo conteúdo é definido pelo departamento de programação (Balan, 2013; Rios, 2021).

Nos últimos anos, pode ser observado o crescimento de empresas orientadas pelo modelo de televisão distribuída via *internet*, um formato de distribuição televisiva que utiliza protocolos de *internet* e cujas capacidades tecnológicas permitem estratégias e práticas inviáveis para a distribuição via radiodifusão ou cabo (Rios, 2021). A primeira é referente a relação de manutenção, adaptação ou quebra de práticas já existentes na indústria televisiva tradicional (Rios, 2021).

Por isso, a existência da televisão tem sido uma permanência de transformações e uma tentativa de definição e afirmação. E assim, enquanto uns realçam a crise, outros sublinham a janela de oportunidade que, não só incita à reflexão, como à criação, inovação e necessidade de adaptação (Balan, 2013). A televisão como a conhecíamos está a mudar e a ajustar-se a novos desafios (Balan, 2013). É um momento de transição que pode contribuir como estratégia para salientar outras potencialidades da televisão num momento de redefinição (Balan, 2013).

Por fim, a tecnologia de realidade virtual e aumentada tem sido cada vez mais explorada pelas empresas de televisão, permitindo uma experiência mais imersiva para os utilizadores (Poletini, 2012). Isso tem potencial para revolucionar como as pessoas assistem televisão, proporcionando uma experiência mais envolvente e personalizada (Poletini, 2012).

Todavia, em todo mundo, a televisão digital tem todas as condições de representar um novo paradigma nos produtos comunicacionais desenvolvidos a partir de diferentes perspectivas (Santos & Luz, 2013) no que tange à tecnologia, com a imigração do sistema analógico para o digital; concernente a economia, com a criação de novas possibilidades de serviços e negócios, bem como pela oferta de novos empregos e desenvolvimentos de novas habilidades; no que toca à perspectiva social, com a oferta de diversidade de conteúdos e inclusão digital ao utilizar a *internet* através do aparelho de televisão e também pelas possibilidades de convergência tecnológica e o comportamental, com a possibilidade de participar ativa das audiências do uso de diferentes níveis de interatividade na televisão digital.

A televisão digital é uma televisão cuja base se dá por uma nova plataforma digital de comunicação baseada em tecnologia digital para a transmissão de sinais (Santos & Luz, 2013). No entanto, as características dessa tecnologia, como a interatividade, multiprogramação e a qualidade de definição de imagem, permitem uma maior qualidade de vídeo e áudio, além do aumento de ofertas de programas televisivos (Santos & Luz, 2013).

Por outro lado, a comunicação televisiva agrega outros elementos, como a interatividade, a habilidade de transportar o recetor a lugares virtuais, de conectar o agora telespectador, com pessoas do outro lado do mundo, de obter vastas quantidades de informação (Médola & Teixeira, 2007).

Conforme Médola & Teixeira (2007), a televisão é um exemplo de como a força e a vitalidade da circulação da informação e comunicação, decorrentes de convergência das telecomunicações, da informática e da comunicação de massa, podem ser observadas em diferentes esferas da cultura contemporânea, constituindo territórios de troca não de bens simbólicos, mas também económicos.

As tecnologias aplicadas às comunicações, segundo Balan (2013), permitem uma democratização da capacidade de difusão de conhecimento, da cultura, do entretenimento e da informação. A *internet* se fortalece com o meio mais democrático neste processo graças a facilidade de acesso às plataformas digitais de comunicação conectadas em rede com

capacidade crescentes tanto nos processos de armazenamento, manipulação e distribuição quanto nas facilidades de publicação (Balan, 2013).

Consoante Abreu (2017), num ambiente transmitido pelos *media* em que se unem a escrita, o audiovisual e a *internet*, as habilidades de acesso, análise, avaliação e criação de conteúdos são fundamentais para o consumo dos vários meios de comunicação e permite expandir as suas potencialidades: tão importante como aprender a mexer, a fazer, é ter aprendido a organizar, a dissecar, a interpretar, enfim, a fazer o remistura necessário tanto à inovação de produtos e serviços, quanto à criatividade, à defesa de ideias e de ideais, à construção de alternativas (Abreu, 2017). Fundamentalmente, no processo comunicativo complexo com o qual vivemos, a literacia mediática não é apenas uma competência do utilizador, mas também uma forma de facilitar o engajamento entre o próprio utilizador e a tecnologia com a qual interage (Abreu, 2017).

Efetivamente, o campo televisivo tem dado provas de que sabe aproveitar a tecnologia a seu favor. A história da televisão é sempre uma história que envolve tecnologia e a caixa mágica sempre soube aproveitar a tecnologia para crescer (Sobral, 2022). O que significa que no contexto de esta concorrência tecnológica, proporcionada pela *internet* e pelo digital, o provável é que a televisão saiba não só beneficiar das vantagens tecnológicas para se desenvolver, como também para se reinventar (Sobral, 2022). Revela que a suposta morte da televisão foi confundida com a perda de centralidade do televisor, pois não é pelo facto de se poder ver televisão em outras plataformas que esta, como meio de comunicação, vai desaparecer ou deixar de poder surpreender com a oferta de novas construções programáticas criativas (Sobral, 2022).

No contexto atual, as plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo têm se tornado cada vez mais relevantes e influentes (Correia & Giacomassi, 2018). Com a popularização da *internet* e a crescente adoção de dispositivos móveis, os consumidores estão cada vez mais interessados em conteúdo sob procura, em que podem escolher quando e onde assistir aos seus programas favoritos (Correia & Giacomassi, 2018). As plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo estão em constante evolução, impulsionadas pelas transformações tecnológicas e pelo aumento da procura dos consumidores por conteúdos personalizados e acessíveis a qualquer hora e lugar (Correia & Giacomassi, 2018).

Em suma, o cenário atual das plataformas digitais de informação e comunicação, no campo televisivo, é marcado pelas transformações digitais e pelas buscas constantes por inovação e adaptação às necessidades do público e do mercado (Correia & Giacomassi, 2018).

De acordo com Sobral (2022), as plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo podem ser uma plataforma *online* que fornece conteúdo de televisão, notícias e informações relacionadas à indústria de televisão.

As plataformas digitais podem ser acessadas por um sítio, *web* ou aplicativo e oferece diversos recursos para os utilizadores televisivos, tais como (Sobral, 2022):

- **Streaming de programas de televisão:** as plataformas digitais podem permitir que os utilizadores assistam aos programas de televisão em tempo real ou sob procura;
- **Guia de programação:** as plataformas digitais podem fornecer um guia de programação detalhado que ajuda os utilizadores a encontrar programas e horários de transmissão;
- **Notícias sobre a indústria de televisão:** as plataformas digitais podem facultar notícias atualizadas sobre a indústria de televisão, incluindo novos programas, mudanças em canais, informações sobre bastidores;
- **Fóruns de discussão:** as plataformas podem permitir que os utilizadores participem de fóruns de discussão para discutir programas de televisão e outras informações relacionadas à indústria;
- **Recomendações personalizadas:** as plataformas podem oferecer recomendações personalizadas de programas de televisão com base nos interesses do utilizador e histórico de visualização;
- **Redes sociais de televisão:** as redes sociais também se tornaram uma plataforma para a televisão interativa, dado que os utilizadores podem discutir programas de televisão, comentar sobre episódios e participar de pesquisas em plataformas como o *Twitter* e o *Facebook*.

Esses são apenas alguns exemplos de recursos que podem ser oferecidos nas plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo (Sobral, 2022). Estas plataformas podem ser desenvolvidas por empresas de *media* ou por grupos de entusiastas de televisão que desejam fornecer uma fonte centralizada de informações para os utilizadores (Sobral, 2022).

Geralmente, as plataformas digitais de informação e comunicação estão em constante evolução e mudança no campo televisivo e é uma área de grande relevância e interesse para as empresas de televisão, bem como para o público (Gabriel, 2017). Além disso, oferece aos telespetadores mais opções de conteúdo e às emissoras mais oportunidades de se adaptar às mudanças no comportamento dos consumidores (Gabriel, 2017). Atualmente, com o advento da *internet* e a popularização dos dispositivos móveis, as pessoas assistem a programas televisivos de maneiras diferentes do que no passado (Gabriel, 2017).

## **2.5. Convergência dos Meios de Comunicação Social**

As convergências dos meios de comunicação remontam aos anos 1970, sendo Nicholas Negroponte um dos primeiros investigadores a abordar este fenómeno (Canelas, 2011a; Almeida, 2016). A integração das telecomunicações, dos conteúdos mediáticos e das diversas plataformas possibilitaram um novo ambiente de *media* digital, que opera em tempo e escala reais (Almeida, 2016). A convergência entre os meios noticiosos é entendida como a união, concentração, fusão ou unificação de diferentes redações jornalísticas (imprensa, rádio, televisão e *online*), que pertencem ao mesmo grupo de *media*, num único espaço físico, com o objetivo de partilhar recursos (financeiros, materiais, tecnológicos e humanos) (Canavilhas, 2012; Canelas, 2011a; Bastos *et al.*, 2013; Belochio, 2013). As notícias são um produto, sendo que as prioridades e os imperativos das organizações determinaram os valores-notícias (Canavilhas, 2012; Almeida, 2016). Os conteúdos noticiosos também são um produto cultural e o ambiente de *media* convergentes oferece novas possibilidades (Canavilhas, 2012; Almeida, 2016).

Segundo Silva (2013), a convergência é um conceito complexo de ser definido. Não podemos limitar-nos a uma única linha de pensamento, pois abrange mais do que produtos em simultâneo, mas também a integração de redação (Silva, 2013). O processo de convergência é a reorganização das redações não somente em função dos conteúdos, mas também a partir dos produtos que disponibiliza e da tecnologia que emprega (Silva, 2013). A sua denominação, embora seja mais profunda e ampla, é também a expressão mais visível que as redações estão passando atualmente (Silva, 2013). A convergência está ligada às tecnologias de produção e consumo de informação, à organização interna da empresa, ao perfil dos jornalistas e, é claro, aos conteúdos comunicados (Silva, 2013).

Os autores definem a convergência como um processo de integração de *medias* tradicionais, afetando quatro esferas principais: tecnologia; empresarial; profissional e distribuição de conteúdos (Adghimi, 2011; Bastos *et al.*, 2013; Belochio, 2013; Canavilhas, 2012; Canelas, 2011a; Pereira; Renault, 2013):

1. **A convergência tecnológica** é liderada por empresas de telecomunicações, produtores de dispositivos informáticos e desenvolvedores de aplicações digitais. Estes atores determinam o marco tecnológico a que devem adaptar-se os meios de comunicação atuais, com toda a rapidez possível. No mundo tecnológico, os profissionais da informação, sobretudo os jornalistas, viram as suas ferramentas de trabalho alteradas e, portanto, substituídas, de tal forma que, hoje, os instrumentos de trabalho jornalístico são cada vez mais comuns aos profissionais de qualquer órgão noticioso.
2. **O processo de convergência profissional** também afeta o perfil dos jornalistas, que enfrentam um desafio de adaptação a um novo patamar tecnológico e logístico, o que requer as aptidões profissionais e formas de organização. As mudanças apresentadas apresentam um especto em comum: a crescente polivalência profissional. As organizações jornalísticas procuram profissionais dispostos a assumirem diferentes responsabilidades nas redações e com capacidade de trabalhar em diferentes meios, de forma contínua ou até mesmo simultânea.
3. **A convergência empresarial** e a convergência noticiosa estão relacionadas com a concentração de órgãos de informação por parte de grupos de *media*. Os conteúdos noticiosos são elaborados com base em técnicas industriais para serem vendidos a clientes que desejam uma variedade tão grande quanto possível. Dessa forma, os *media* seguem a uma lógica dupla, ou seja, há um tempo industrial e comercial. Em suma, as organizações de *media*, nomeadamente as privadas, têm como foco principal o lucro. Os meios de comunicação para atingir este objetivo devem atender às expectativas e às necessidades dos seus clientes, com foco em agradar e seduzir. A convergência empresarial está também ligada à integração de redações de diferentes *media* jornalísticos. As redações integradas podem abrigar, num mesmo espaço físico, jornalistas de diferentes *medias* (imprensa, rádio, televisão e *web*), geralmente pertencentes ao mesmo grupo de *media*, com o objetivo de partilhar recursos (financeiros, materiais, tecnológicos e humanos).

4. **A convergência noticiosa** e os meios de comunicação são empresas que produzem notícias jornalísticas para serem divulgadas em um ou mais canais. Por isso, as diversas alterações verificadas nas dimensões tecnológica, empresarial e profissional dos *media* informativos terão, obrigatoriamente, consequência nos conteúdos. Portanto, os meios de comunicação modernos estimulam os meios noticiosos a manterem uma atualização constante dos seus conteúdos jornalísticos. Até os próprios meios noticiosos radiofônicos e televisivos, ainda que tenham a capacidade de apresentar atualizações dos seus conteúdos jornalísticos a qualquer momento, usam as novas plataformas digitais para atualizar informações noticiosas.

### **3. Procedimento Metodológico**

Este trabalho de investigação foi desenvolvido com o fim de obter respostas a uma pergunta de partida através da qual o trabalho será orientado e para a qual procurará obter respostas. É uma forma simplificada de nos guiarmos e de oferecer ao leitor, através de uma ou mais frases, as guias fundamentais do trabalho que o auxiliarão a iniciar a leitura.

#### **3.1. Pergunta de Partida**

As razões para a investigação devem transcender as nossas ambições, de modo a compreendermos de forma mais profunda o motivo pelo qual um fenómeno específico deve ser estudado e explorado. Embora a RTP disponha de outras plataformas, este estudo limita-se ao *site* da RTP e às plataformas *RTP Play* e *RTP Arquivos*.

Quais as principais características disponibilizadas pelas plataformas digitais de informação e comunicação da RTP, nomeadamente do *site* oficial da RTP, *RTP Play* e *RTP Arquivos*?

#### **Objetivos**

Tal como referido na Introdução, a presente investigação tem como objetivos:

- Compreender o conceito de plataforma digital de informação e comunicação;
- Aprofundar o conhecimento sobre o atual contexto de atuação das plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo;
- Identificar e entender as principais características das plataformas digitais de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP.

### 3.2. Descrição do Campo de Investigação

Este estudo empírico tem como base a metodologia qualitativa e quantitativa que se baseia na análise descritiva. A RTP tem utilizado o *site* e as suas plataformas para a disseminação de conteúdos, identificando algumas estratégias e ferramentas para se adaptar ao ambiente digital.

Em 1995, o *site* da RTP foi lançado se tornando um dos primeiros portais de notícias e entretenimento em Portugal (Bernardo, 2012). A RTP lançou o seu *site* oficial para aproveitar as oportunidades oferecidas da tecnologia digital e alcançar um público mais amplo (Bernardo, 2012; Cádima, 2019).

Ao longo dos anos, o *site* da RTP sofreu diversas atualizações e aprimoramentos como o objetivo de melhorar a experiência do utilizador e acompanhar as tendências tecnológicas (Bernardo, 2012). É uma plataforma dinâmica que está em constante evolução para atender às necessidades e expectativas do público (Bernardo, 2012; Cádima, 2019).

Resumidamente, o *site* da RTP tem como o objetivo fornecer um portal *online* no qual os utilizadores possam aceder os conteúdos da emissora, assistir a programas, manter atualizados sobre notícias e eventos, e interagir com a RTP e outros utilizadores.

Por sua vez, a *RTP Play* é a primeira plataforma digital portuguesa de distribuição de conteúdo de rádio e televisão, de acesso livre (Burnay *et al.*, 2020; RTP Play, 2023a). Lançado em 2011, possui 20 emissões em direto e um vasto catálogo de conteúdos, tais como filmes, séries, documentários, notícias, reportagens, entrevistas, espetáculos, conteúdos infantojuvenis e muito mais (RTP Play, 2023a).

Por outro lado, a *RTP Play* é um serviço pioneiro para a visualização e audição de transmissões *online*, bem como de programas a pedido totalmente disponível, em diversas plataformas (Burnay *et al.*, 2020; RTP Play, 2023b).

O objetivo da *RTP Play* é aperfeiçoar a comunicação dos conteúdos produzidos pela emissora, atingindo um público maior e proporcionando uma experiência de visionamento flexível e atrativa (RTP Play, 2023b). A plataforma também contribui para a consolidação da presença digital da RTP, mantendo-a relevante num mundo em constante mudança em termos de

consumo de *media* (RTP Play, 2023b). E, por outro lado, disponibiliza aos telespectadores a oportunidade de assistir aos programas da RTP quando e onde quiserem (RTP Play, 2023b).

Por seu turno, a *RTP Arquivos* é um repositório audiovisual da memória coletiva nacional, com um património que remonta às emissões regulares da Rádio e da Televisão, respetivamente em 1936 e 1957 (Esteves, 2020; RTP Arquivos, 2023a). Esses arquivos incluem programas de televisão, noticiários, documentários, séries, eventos desportivos e muito mais, abrangendo décadas de produções da RTP (RTP Arquivos, 2023a). A *Arquivo da RTP* é o resultado da acumulação de documentos produzidos e adquiridos desde o ano de estreia da emissora (Esteves, 2020).

O seu objetivo é atualizar os conteúdos de forma progressiva desde a década de 1930 do século passado até o presente momento, devidamente catalogados e contextualizados para assegurar uma pesquisa fácil e eficiente, ou seja, com o objetivo de preservar e disponibilizar o acervo histórico da emissora, permitindo ao público aceder e explorar programas, eventos e momentos importantes da história de Portugal (Esteves, 2020; RTP Arquivos, 2023c). É importante também facilitar o acesso à memória audiovisual e, com isso, formar uma comunidade de utilizadores ativos e interessados, promovendo a literacia para os *medias* digitais (Ferreira, 2013). O tratamento documental, por outro lado, é composto, genericamente pela representação e atualização de toda informação referente a um documento, em todas as entidades onde ele se encontra (Ramos, 2012).

A *RTP Arquivos* possibilita aprofundar os conhecimentos sobre a preservação do património histórico-cultural presente no arquivo, em diferentes formatos analógico e digital, assegurando o seu acesso futuro (Ferreira, 2013). Isso é uma vantagem para o enriquecimento e experiência curricular (Ferreira, 2013).

De acordo com Nuno (2012) e Henriques (2021), a *RTP Arquivos* serve de apoio aos utilizadores nacionais, mas também é procurado por pesquisadores, outros meios de comunicação, e produtores de filmes e documentários. A página do Portal Arquivo RTP, a nossa memória coletiva à distância de um “*click*”, financiada por fundos da União Europeia entre 2015 e 2017, é a fase mais recente da abertura do arquivo à sociedade civil (Henriques, 2021).

Para Ramos (2012), no panorama dos arquivos de televisão nacionais, a *RTP Arquivos* detém uma situação muito particular que decorre da abrangência da sua missão. A sua atividade diária é, de facto, pautada pela necessidade de partilhar conteúdos em duas perspetivas distintas:

1. A disponibilização eficaz e técnica, dos conteúdos necessários à atividade da empresa;
2. Garantir o cumprimento fiel da missão de serviço público que lhe é atribuída, em particular a preservação, conservação e acesso público aos arquivos da RTP.

Os documentos continuam nos seus formatos originais, mesmo depois de migrados para os formatos operacionais, o que significa duplicação de conteúdos (Ramos, 2012). Contudo, a *RTP Arquivos* é composta por exemplares de todos os formatos de arquivo utilizados em televisão, sendo que os dois tipos de arquivo são denominados de arquivo fílmico (que abrange todos os tipos de conteúdos) e videográfico (que abrange por conteúdos em vídeo) (Ramos, 2012).

### **3.3. Métodos de Recolha de Dados**

A definição de uma metodologia é um ponto crucial para qualquer pesquisa científica, sendo indispensável a elaboração de uma metodologia para a realização de um trabalho (Martins, 2018).

A análise descritiva pode ser entendida como um diagnóstico dos dados, que busca entender e descrever nas informações as tendências e padrões existentes (Sirius, 2024). A análise descritiva é usada para resumir, organizar e compreender os dados (Sirius, 2024).

Em consonância com QuestionPro (2024), a análise descritiva consiste em descrever as principais tendências nos dados existentes e em observar situações que levam a novos fatos. Este método é baseado em uma ou várias questões de pesquisa e não tem hipóteses (QuestionPro, 2024). Além disso, inclui a coleta de dados relacionados, depois organiza, tabula e descreve o resultado (QuestionPro, 2024).

A metodologia qualitativa é um conjunto de técnicas e abordagens para pesquisa social que foca na compreensão e interpretação dos significados e experiências dos indivíduos (Machado & Palacios, 2007).

No caso presente, o objetivo é analisar o conceito da plataforma digital de informação e comunicação, aprofundando o conhecimento sobre o contexto atual de atuação das plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo, é importante realizar uma revisão da literatura existente sobre o tema. Isso pode ser composta por artigos acadêmicos, livros, relatórios, dissertações de mestrado, teses de doutoramento e entre outras.

Para Pereira *et al.* (2018), na metodologia qualitativa, o pesquisador interpreta e analisa as informações para compreender o significado das experiências e perspectivas das pessoas envolvidas no fenómeno estudado. Com o objetivo de gerar informações ricas e profundos sobre as complexidades e diferenças da experiência humana (Pereira *et al.*, 2018).

Ainda que esta investigação seja essencialmente qualitativa, provavelmente, também serão tidos em consideração alguns dados quantitativos disponibilizados nas plataformas digitais que serão analisadas.

A metodologia quantitativa é um conjunto de técnicas e procedimentos usadas para a recolha, análise e interpretação de dados numéricos, de acordo com António (2017). Sendo assim, é importante combinar a metodologia quantitativa com outras abordagens, como a qualitativa, para ter uma compreensão mais completa e abrangente dos fenómenos estudados (António, 2017).

As plataformas digitais de informação e comunicação da RTP, como o *site* oficial da RTP, a *RTP Play*, a *RTP Arquivos* e, em cada uma dessas plataformas existe a possibilidade e a interação das redes sociais da RTP (António, 2017). É importante analisar com atenção as características de cada plataforma, incluindo arquitetura, *design*, conteúdo e funcionalidades.

Aplicando essa metodologia, é possível atingir os objetivos do trabalho, compreendendo o conceito de plataforma digital de informação e comunicação, aprofundando o conhecimento sobre o contexto atual de atuação das plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo e identificando e entendendo as características das plataformas digitais de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP.

### **3.4. Metodologias de Tratamento e Análise de Dados**

Esta análise empírica ao *site* oficial da RTP, *RTP Play*, *RTP Arquivos* e às características das plataformas de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP, inclui um levantamento das funcionalidades do próprio *site* e das plataformas da *RTP Play* e *RTP Arquivos*.

No que diz respeito à análise descritiva (por meio de metodologia qualitativa e quantitativa), realizámos uma observação, para compreender as funcionalidades do *site* da RTP e das suas plataformas. Por outro lado, é necessário obter informações sobre números de séries televisivas nacionais e estrangeiras, bem como documentários/filmes documentais disponibilizados pela *RTP Play*. Esta observação foi realizada no período compreendido entre os meses de junho, julho e agosto de 2023.

## 4. Resultados e Discussão

Procederemos, a seguir, à apresentação e discussão de resultados do *site* oficial da RTP e das suas plataformas como a *RTP Play* e a *RTP Arquivos*, bem como as características das plataformas digitais de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP, para podermos retirar as conclusões.

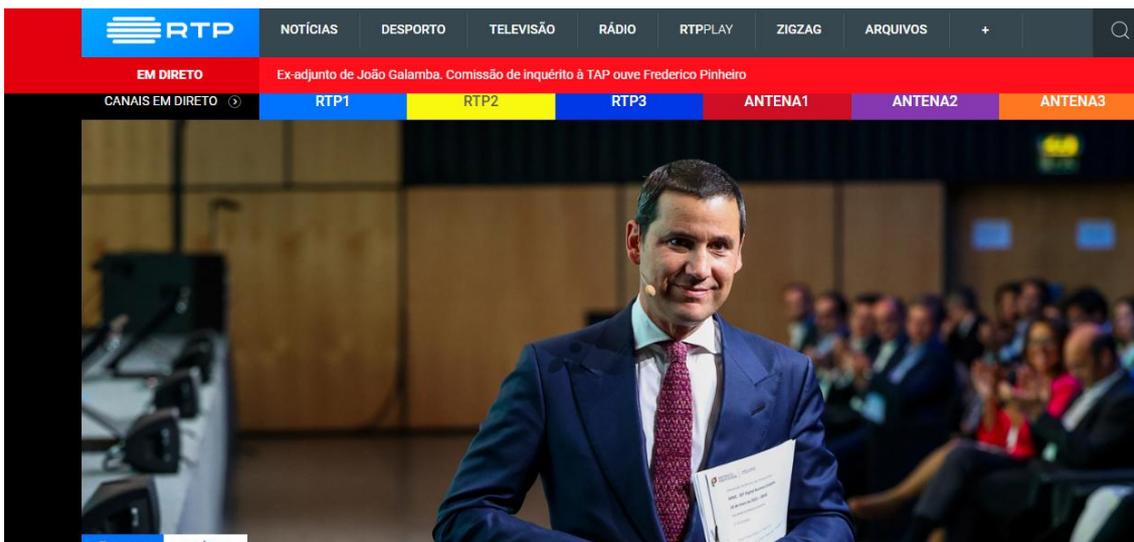
### 4.1. Site da RTP

O *site* da RTP é o centro de toda a operação, tendo como foco principal o conteúdo disponibilizado no *site*, incluindo os programas de televisão, a *RTP Play*, de informação, os programas de rádio, de *podcast* de rádio, de informação e não de informação, além de uma grande variedade de transmissões de notícias.

O *site* principal da RTP permanece com o mesmo domínio inicial: (<https://www.rtp.pt/>). Essa página está organizada por separadores bem onde o destaque principal é a *RTP Notícias* mais importantes da atualidade. A barra de navegação no início apresenta as seguintes secções: “Notícias”; “Desporto”; “Televisão”; “Rádio”; “RTP Play”; “Zig Zag”; “Arquivos” e “+”. Se o utilizador clicar no botão “+”, surgirá um novo “conteúdo extra da RTP” com outras secções a serem visitadas: “Rede RTP”; “Aplicações Móveis”; “A Empresa”; “Institucional”; “Concursos” e “Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados” (RGPD).

Em seguida, ao lado do mais “+” aparece o botão da lupa. Se o utilizador clicar, pode-se escrever e procurar pelo que deseja.

Assim, imediatamente a seguir, apresenta-se um separador com os principais canais em direto: “RTP1”; “RTP2”; “RTP3”; “Antena1”; “Antena2” e “Antena3”, como podemos ver nas Figuras 1 e 2:



**Figura 1** - Página principal do *site* da RTP

**Fonte:** RTP, 2023.



**Figura 2** – Página principal do *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

Ao analisarmos a Figura 1, percebemos que cada canal da RTP tem uma cor diferente de forma a tornar mais fácil distingui-los e identificá-los.

Além do mais, há o separador “Canais em Direto”, de cor preta, que leva o utilizador diretamente à programação de cada canal no momento. Isso permite que os conteúdos sejam acedidos diretamente, ou seja, quando são transmitidos na televisão ou na rádio. Há uma fotografia de destaque, com um título e tema para a principal do momento. É possível ver horários de publicação, o que indica que o *site* está atualizado.

Como mostra a Figura 3, quando acedemos a uma das páginas principais do *site* “Notícias” que está dividida em diversos ramos: “País”; “Mundo”; “Política”; “Economia”; “Cultura”; “Vídeos”; “Áudios” e “RTP Desporto”, a última secção tem três riscas, que, se o utilizador clicar, abre um menu com outras secções, como: “Imagem do Dia”; “Galerias” e “Infografias”.

Essas são as partes que dividem a página e abrangem as diversas notícias. Se o utilizador visitar esta página tem as notícias divididas por áreas e temas, o que permite uma consulta específica mais clara e rápida. Todavia, na mesma página podemos ter acesso diretamente à “RTP3” em direto, assim como à “Antena1”.



**Figura 3** – Página da secção “Notícias” do *site* da RTP.

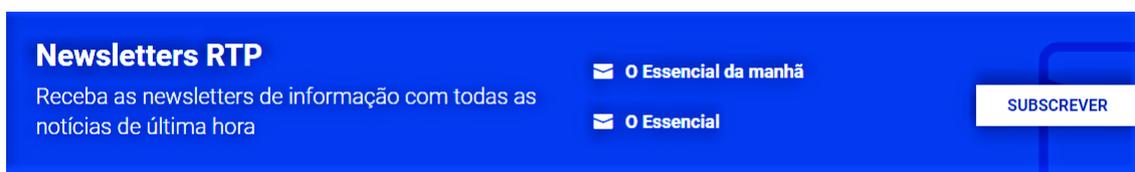
**Fonte:** RTP, 2023.

No topo da página, a secção seguinte é o “Em Foco”, com destaque para quatro textos que geralmente são matérias especiais, como infografias. A seguir, a opção de subscrever as *newsletters* da RTP, com espaço para o utilizador indicar o endereço eletrónico e a senha e, automaticamente, fazer a subscrição (Figuras 4 e 5).



**Figura 4** – Página da secção “Em Foco” do *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.



**Figura 5** – Página da secção Notícias “Newsletters” do *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

Em seguida, a “Imagem do dia”, que mostra as fotografias e a “Galeria”, destaca uma galeria de imagens. À direita desta secção há um pequeno separador com o título “Em Destaque”, contendo os títulos de alguns programas, como o “Telejornal” e a “Informação e atualidade” (Figura 6). A seguir, vem a secção “Vídeos e Áudios”, com oitos (8) artigos em quadrados. Abaixo, a secção seguinte é o “Desporto”, com espaço para o destaque e, na mesma faixa, o “Noticiário Antena1”, onde é possível aceder ao áudio deste enquanto navegamos pelo resto da página, bastando clicar no *play*. Está igualmente disponível em baixo a hora do noticiário e o respetivo jornalista.



**Figura 6** – Página da secção Notícias “Imagem do Dia” do *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

### **País/Mundo/Política/Economia/Cultura**

As cinco secções da *RTP Notícias* estão dispostas de maneira semelhante, com textos em quadrado, sobre cada um dos temas, a preencher toda a página. Na parte inferior direita há artigos recentes e atualizados de diversos temas, em todas as secções mencionadas acima.

### **Vídeos/Áudios**

Nesta secção aparecem os últimos vídeos (na secção “Vídeos”) e áudios (na secção “Áudios”) que foram introduzidos no *site* da *RTP Notícias*. A barra horizontal também apresenta, no início da página, a opção de escolher vídeos ou áudios que estão relacionados com um determinado tema, como: “País”; “Mundo”; “Política”; “Economia”; “Cultura” e “RTP Desporto”, ou seja, as secções mencionadas no início que estão na página principal da *RTP Notícias*.

### **Desporto**

Na secção “desporto”, a página está dividida em subsecções, diferente dos outros (“País”, “Mundo”, “Política”, “Economia”, “Cultura”, “Vídeos” e “Áudios”). Esta secção começa com a notícia de destaque do dia e segue a coluna com as recentes publicações. Entretanto, nessa secção há subsecções, tais como: “Futebol Nacional”; “Futebol Internacional”; “Seleções” e “+ Modalidades”. Além disso, há uma tabela com a posição e os pontos das diversas equipas portuguesas. Por outro lado, há uma outra tabela que mostra quais os jogos de futebol que já aconteceram e quais vão acontecer na primeira fase do futebol, como podemos ver na Figura 7.



**Figura 7** – Página principal da secção de “Desporto” do *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

### Subsecções no Desporto

A subsecção “Futebol Nacional” está dividida em sete partes: “1ª Liga”; “2ª Liga”; “Taça da Liga”; “Taça de Portugal”; “Júniiores Sub-17”; “Júniiores Sub-19” e “1ª Liga Feminina”. Se os utilizadores clicarem em uma das partes, estes serão direcionados para notícias que dizem respeito apenas para o programa em questão (Figura 8).



**Figura 8** – Subsecção de Desporto “Futebol Nacional” do *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

A subsecção “Futebol Internacional” está dividida em sete partes, a saber: “Liga Espanhola”; “Liga Inglesa”; “Liga Italiana”; “Liga Alemã”; “Liga Francesa”; “Liga dos Campeões” e “Liga Europa” (Figura 9). Ao clicar em cada programa, o utilizador é direcionado para o programa em questão.



**Figura 9** – Subsecção de Desporto “Futebol Internacional” do *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

Esta subsecção está dividida em três parcelas: “Seleção Nacional”; “Euro 2000” e “Catar 2022” (Figura 10). Em semelhança às outras secções, ao clicarmos em uma das opções, somos reencaminhados para a página indicada.



**Figura 10** – Subsecção de Desporto “Seleção Nacional” do *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

Em “+ Modalidades” aparecem diversas modalidades desportivas, como: “Ténis”; “Basquete”; “Judo”; “Ciclismo”; Hóquei”; “Formula 1”; “Canoagem”; “Atletismo” e outros. Na barra horizontal direita aparecem os temas das modalidades para o leitor encontrar a modalidade. Além disso, sempre em baixo aparecem as últimas notícias sobre as diversas modalidades (Figura 11).



**Figura 11** – Subsecção de Desporto “+ Modalidades” do *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

No que diz respeito às secções “Televisão” e “Rádio”, o *site* também se destaca pela organização e clareza de pesquisa (Figuras 12 e 13). Cada secção está dividida em canais e, dentro deles, dividida por programas para facilitar a pesquisa de qualquer conteúdo.



**Figura 12** – Secção “Televisão” no *site* da RTP.

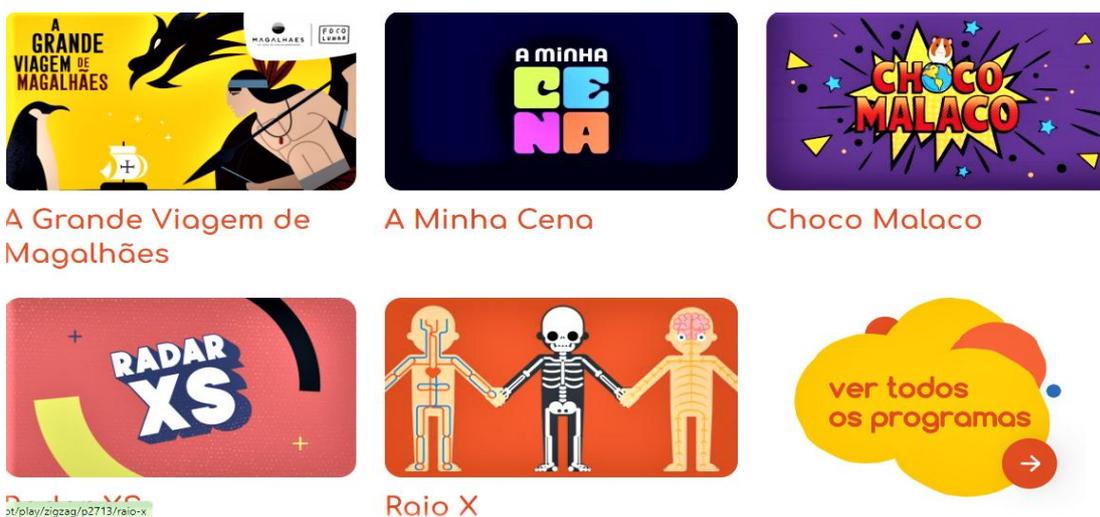
**Fonte:** RTP, 2023.



**Figura 13** – Secção “Rádio” no *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

O “Zig Zag” é a secção que oferece, aos mais novos, acesso a programas, conteúdos, jogos e música. Ou seja, é um bloco que exhibe desenhos animados e a programação infantil e juvenil que é transmitida no canal RTP 2 (Figura 14).



**Figura 14** – Secção “Zig Zag” (dedicada às crianças) no *site* da RTP.

**Fonte:** RTP, 2023.

O *site* da RTP é uma plataforma de acesso gratuito para aceder os seus conteúdos e serviços (RTP, 2023f).

No *site* da RTP, o utilizador pode encontrar uma grande variedade de informações e recursos relacionados com os programas de televisão, rádio, notícias, desportos e entretenimento (RTP, 2023f). A secção dedicada a cada um desses temas está disponível, com possibilidade de assistir a programas em direto sob procura, ouvir transmissões de rádio, aceder notícias e ler artigos relacionados (RTP, 2023g).

Além disso, o *site* da RTP apresenta uma série de informações sobre a programação atual, bem como destaques de programas populares (RTP, 2023g).

#### **4.2. RTP Play**

A *RTP Play* pode ser acedida pelo *site* oficial da RTP (<https://www.rtp.pt/>) ou, diretamente, através do *link* <https://www.rtp.pt/play/>.

Ao clicar na página principal “RTP Play”, como mostra a Figura 15, é possível perceber que está dividida em “Direto”, “Programas”, “Zig Zag”, “RTP Palco”, “#Estudo em Casa”, “Podcasts” e “APP”. O ecrã apresenta uma figura quadrada com quatro pontos em baixo e dois símbolos que facilitam o utilizador compreender o que ela representa. Imediatamente por baixo mostra diversos programas ou emissões da *RTP Play*, a saber: “TV em direto”; “Rádio em direto”; “RTP Desporto”; Séries Nacionais”; “Séries Estrangeiras”; “Conteúdo Patrocinado – Volta ao Mundo sem Reservas”; “Documentários”; “Para Ouvir”; “Para Toda a Família”; “Cinema Português”; “Cinema Internacional”; “Notícias, Reportagem e Entrevista”; “Arquitetura e Construções”; “Humor e Talk-Shows”; “Viagem Pelo Mundo”; “RTP Palco”; “Zig Zag”; “Recomendamos para si”; “Ciência e Natureza”; “Personalidade de Portugal e do Mundo” e outros. No menu principal, do lado direito estão os ícones que dizem respeito à “Informação (Ajuda)”, “Configurações” e “Pesquisa”.

No menu abaixo aparecem os destaques (Imagem estática, vídeo e texto), que são compostos por cinco.



**Figura 15** – Página principal do site da RTP Play.

**Fonte:** RTP Play, 2023.

Em cada secção da “RTP Play”, começamos com a secção “Direto”, mas, em cada uma dessas secções, tanto TV em direto e quanto Rádio em direto, apresentam diversos programas ou emissões. Sendo que a área TV em direto é a primeira. Nesta área, a RTP Play disponibiliza as emissões em direto dos seus canais televisivos.

Além das transmissões dos canais de televisões, a RTP Play faculta, na área de Rádio em direto, a transmissão em direto das suas estações radiofónicas (“Antena 1”; Antena 2”; Antena 3; Antena 1 Internacional”; Antena 1 África”; “Antena 1 Madeira” e “Antena 1 Açores”).



**Figura 16** – Secção “TV em Direto” no *site* da *RTP Play*.

**Fonte:** *RTP Play*, 2023.



**Figura 17** – Secção “Rádio em Direto” no *site* da *RTP Play*.

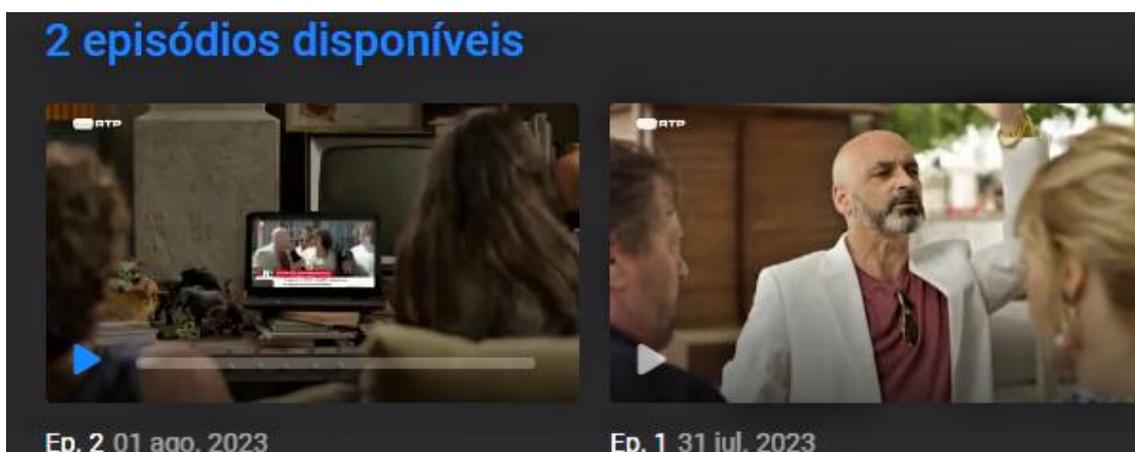
**Fonte:** *RTP Play*, 2023.

Além do que já foi dito, a *RTP Play* possui áreas temáticas, denominadas por coleções, que organizam ou agrupam alguns dos seus conteúdos televisivos e radiofónicos para facilitar a consulta e/ou a recuperação.

Nas primeiras coleções, a *RTP Play* disponibiliza séries televisivas nacionais e estrangeiras, bem como documentários (Figura 18).

No dia 1 de agosto de 2023, estavam disponíveis para visionamento:

- 74 séries nacionais; 68 séries completas e 731 episódios;
- 14 séries estrangeiras; 2 completas e 64 episódios;
- 148 documentários/filmes documentais.



**Figura 18** – Séries televisivas nacionais e estrangeiras no *site* da *RTP Play*.

**Fonte:** *RTP Play*, 2023.

No que se reporta a filmes, estavam disponíveis no dia 1 de agosto de 2023 (Figura 19):

- ✓ 51 filmes nacionais;
- ✓ 34 filmes estrangeiras.

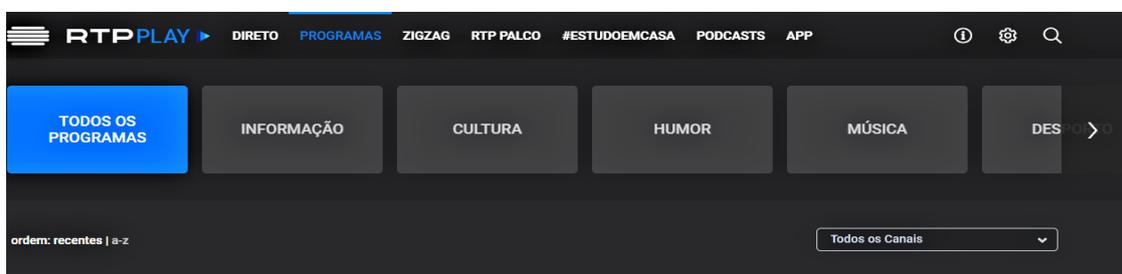


**Figura 19** – Filmes nacionais e estrangeiras no *site* da RTP Play.

**Fonte:** RTP Play, 2023.

Se a secção “Programas” for aberta aparecerá “Todos os Programas”, de cor azul. Na mesma coluna há dois símbolos, na área lateral direito, quanto na área lateral esquerdo, onde podemos localizar os programas segmentos divididos em diversas categorias: “Informação”; “Cultura”; “Humor”; “Música”; “Desporto”; “Infantis e Juvenis”; “Institucionais”; “Outros”; “Ficção”; “Entretenimento”; “Ciência e Natureza”; “Entrevista; Opinião e Debate”; “Gastronomia”; “Artes”; “Religiosos e Reflexão”; “Saúde” e “Especiais”. Ao seleccionar uma das opções, são direcionados para as notícias em questão.

A seguir, aparece uma caixa “Todos os Canais”, que apresenta todos os canais de televisão e rádio (Figura 20). Os utilizadores podem escolher a categoria desejada, organizando os programas de acordo com a ordem alfabética e, além disso, podem ser filtrados pelos mais recentes e/ou por canal televisivo ou radiofónico (Figura 21).



**Figura 20** – Secção “Programa” do *site* da RTP Play.

Fonte: RTP Play, 2023.



Figura 21 – Todos os Canais no site da RTP Play.

Fonte: RTP Play, 2023.

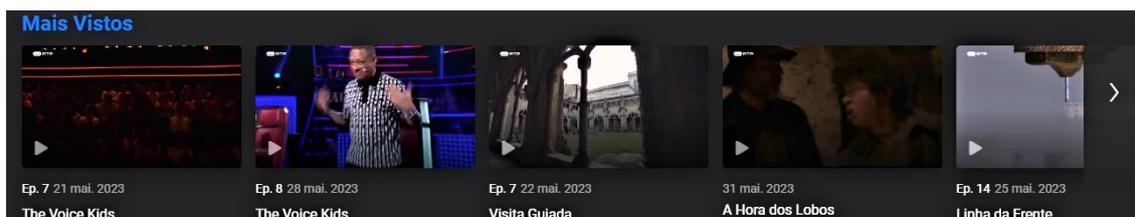
A RTP Play disponibiliza uma coleção de “Notícias”, “Reportagem” e “Entrevista”, com base na informação (Figura 22).



Figura 22 – Coleção de “Notícias”, “Reportagem” e “Entrevista” no site da RTP Play.

Fonte: RTP Play, 2023.

No entanto, dentro da página da RTP Play há uma secção que mostra quais são os conteúdos televisivos mais visionados (Figura 23). Ainda no que concerne ao visionamento, importa realçar que a qualidade de imagem e de som é muito boa. Por outro lado, alguns conteúdos disponibilizados são exclusivos da RTP Play, ou seja, não foram exibidas nas emissões tradicionais.



**Figura 23** – Conteúdos televisivos mais vistos no *site* da RTP Play.

**Fonte:** RTP Play, 2023.

Existe um espaço dedicado aos conteúdos produzidos pela “RTP Lab”, que, de acordo com a RTP, é um laboratório criativo e experimental, com novas formas de produção de conteúdos baseadas numa lógica multiplataforma (Figura 24).



**Figura 24** – Conteúdo da RTP Lab no *site* da RTP Play.

**Fonte:** RTP Play, 2023.

O conteúdo da secção “Zig Zag Play” está dividido em três parcelas: “Programas”; “Podcasts” e “Programação TV”. Nessa linha está a opção “Procurar programas” onde se encontram vários programas. O ecrã principal em baixo apresenta quatro pontos, na parte lateral direito e na lateral esquerdo, dois sinais que facilitam o leitor a ter acesso a diferentes programas.

Na parte inferior direita aparece uma caixa “Em direto”. Em seguida, apresentam diversos programas, a saber: “Os mais populares”; “Imperdíveis”; “Filmes”; “Originais”; “Para Ouvir”; “Honra do Conto”; “Para Curiosos” e “Música”. Acedendo um dos programas, o utilizador encontrará as notícias sobre a questão (Figura 25).



**Figura 25** – Secção “Zig Zag Play” do site da RTP Play.

**Fonte:** RTP Play, 2023.

A secção “RTP Palco” está dividida em cinco partes: “espetáculos”; “Embaixadores”; “Palcos”; “Newsletter” e “Sobre RTP Play” (Figura 26).

Ao lado de “Sobre RTP Play” aparece a barra “Pesquisar”. Se o utilizador clicar, pode-se escrever e pesquisar o que desejar. No ecrã tem dois sinais “maior que” e “menor que”, na parte de baixo dois pontos, que podem ajudar os utilizadores a encontrar outros programas com facilidade. No canto inferior direito há um ícone, com cores de vermelho e branco.

A RTP Play, em baixo apresenta diversos programas, tais como: “Festival Iminente”; “Baloise Sessions”; “Dança”; “jazz”; “Criadores e Bastidores”; “Música”; “Circo”; “Teatro”; “Ópera”; “Fado”; “Música Clássica” e “Palcos”. Ao clicar em cada programa, o utilizador é direcionado para o programa em questão.



**Figura 26** – Secção “RTP Palco” do *site* da *RTP Play*.

**Fonte:** *RTP Play*, 2023.

Tal como é mostrado na Figura 27, a secção “#Estudo em Casa” divide-se em: “Anos de Escolaridade”; “Sobre”; “APP” e “Ensina”. Na mesma linha, é possível verificar a opção “Pesquisar”. Ao seleccionar, pode-se encontrar o que se deseja.

No painel principal há um quadro que apresenta uma perspetiva do ano letivo 2020/21, e uma seta amarela no mesmo quadro. Se clicar nela, o utilizador será levado diretamente para o outro campo de estudo em casa. No outro quadro a seta amarela “Direção-Geral da Educação”, onde é possível ter acesso a material de apoio - estudo em casa - RTP.

Na parte de baixo estão os conteúdos escolares dos 1.º Ano a 12.º Ano / 3.º Ano de Formação.



**Figura 27** – Secção “Estudo em Casa” do site da RTP Play.

**Fonte:** RTP Play, 2023.

A secção “Podcasts” será aberta e aparecerá a exibição de “Todos os Programas”, de cor azul. Na mesma coluna há dois sinais, na área lateral direito e na área lateral esquerdo, onde podemos encontrar diversos programas: “Informação”; “Cultura”; “Humor”; “Música”; “Desporto”; “Infantis e Juvenis”; “Institucionais”; “Outros”; “Ficção”; “Entretenimento”; “Ciência e Natureza”; “Entrevista; Opinião e Debate”; “Gastronomia”; “Artes”; “Religiosos e Reflexão”; “Saúde” e “Especiais”. Escolhendo qualquer uma das opções, os utilizadores serão direcionados para as notícias em questão.

A seguir, surge uma caixa “Todos os Programas”, que apresenta uma lista de canais de televisão e rádio (Figura 28).



**Figura 28** – Secção “Podcast” do site da RTP Play.

**Fonte:** RTP Play, 2023.

Na secção “APP”, o serviço está disponível para os sistemas operativos *IOS* e *Android* instalados em dispositivos móveis (*smartphone* e *Tablet*). Por outro lado, as *Smart TV* podem aceder este serviço através de *Android TV*, *Amazon Fire TV*, *Apple TV*, *Samsung* e *LG*.

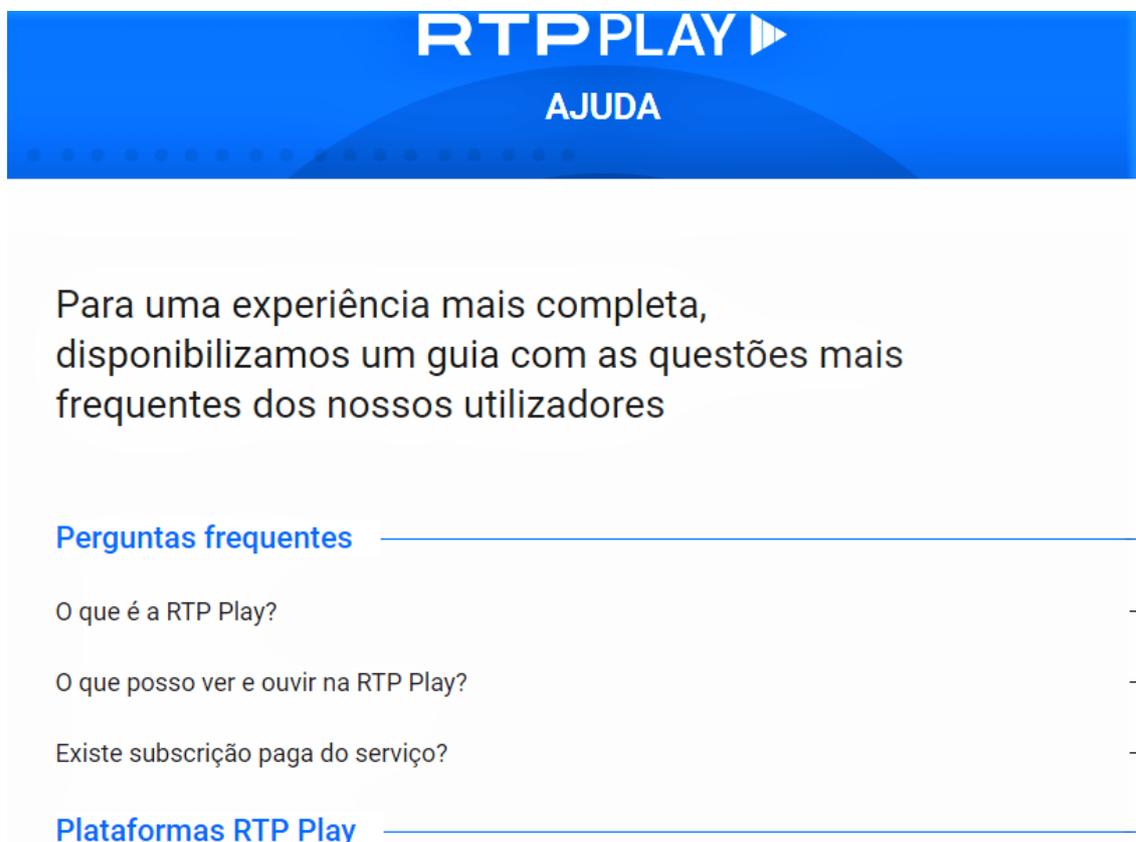
Os automobilistas podem ter acesso ao referido serviço através da *Apple CarPlay*. Os operadores de *internet*, telefone e televisão *MEO*, *NOS* e *Vodafone* também disponibilizam este serviço (Figura 29).



**Figura 29** - Secção "APP" do site da RTP Play.

**Fonte:** RTP Play, 2023.

É importante salientar que, a *RTP Play* disponibiliza um guia de ajuda, com respostas para as perguntas mais frequentes dos seus utilizadores, o que torna a experiência mais enriquecedora e completa (Figura 30).



**Figura 30** – Guia de ajuda no *site da RTP Play*.

**Fonte:** *RTP Play*, 2023.

A *RTP Play* é uma plataforma de *streaming* da RTP, que disponibiliza acesso gratuito a programas de televisão, séries, documentários, filmes e outros conteúdos exclusivos da emissora (RTP Play, 2023c). A *RTP Play* oferece aos utilizadores a possibilidade de assistir aos programas em qualquer horário e local que disponibilize acesso à *internet* (RTP Play, 2023c).

A *RTP Play* disponibiliza uma grande variedade de programas, desde programas de entretenimento até programas de informação, desporto, cultura e muito mais (RTP Play, 2023c). A RTP tem uma reputação de produzir programas de alta qualidade (RTP Play, 2023c).

Além da transmissão em direto, a *RTP Play* disponibiliza muitos programas que já foram emitidos, permitindo que os utilizadores possam assistir a episódios anteriores de programas

populares (RTP Play, 2023d). Essa flexibilidade é útil para quem perdeu um episódio ou quer acompanhar programas em horários diferentes (RTP Play, 2023d).

A *RTP Play* disponibiliza uma variedade de mais de 20 emissores de Rádio e TV em tempo real (RTP Play, 2023d).

### **4.3. RTP Arquivos**

A *RTP Arquivos* pode ser encontrada através do *site* principal da RTP (<https://www.rtp.pt/>), ou diretamente, do *link* (<https://arquivos.rtp.pt/>). Este portal é um repositório que congrega diversos suportes e formatos com conteúdos de várias categorias para todos os gostos, bem como documentos e fotografias relevantes.

A sua permanente salvaguarda, valorização e acesso público têm sido objetivos estratégicos da RTP, no cumprimento da sua missão de serviço público de rádio e televisão (RTP, 2023g).

A secção “RTP Arquivos” divide-se em: “Conteúdos”; “Coleções”; “Programas”; “Serviços”; “sobre o Arquivo” e “Contactos”. Após o termo “Contactos” estão os símbolos de “Facebook” e “Twitter” (Figura 31). Na parte de cima há um espaço chamado “O que procura”, que facilita a vida dos utilizadores, ou seja, os utilizadores pesquisaram e encontraram o que desejam. Após os utilizadores terminarem de colocar o que desejam perguntar, basta clicar na opção “OK”. No entanto, logo à frente há outra barra de pesquisa “Pesquisa avançada”.



**Figura 31** – página principal do site da RTP Arquivos.

**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.

Na secção “Conteúdos”, a *RTP Arquivos* tem acesso a conteúdos que vão desde a década de 1930 até o presente momento. E, por outro lado, os documentos têm diversos formatos (imagem, áudio, fotografia e textos) o que facilita a procura pelos utilizadores (Figura 32).

Além do que já foi mencionado, a secção “Conteúdos” dispõe de áreas temáticas, denominadas de coleções temas e tipos, que permitem que os utilizadores tenham conhecimento da escolha pretendida nas diferentes áreas do conhecimento.

No canto lateral direito está escrito “Novidades”, se o utilizador clicar em novidades aparecerá “Mais Vistos” do Título (A-Z) e (Z-A). No entanto, ao clicar em cada uma das opções aparecerá, todos os conteúdos referentes à opção indicada.



**Figura 32** – Secção “Conteúdos” do site da RTP Arquivos.

**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.

No que diz respeito à secção “Coleções”, esta tem conteúdos organizados por temas ou personalizados que representam as temáticas exploradas e do acervo da RTP (Figura 33). Por outro lado, podemos encontrar conjuntos de vídeos, áudios, fotografias ou texto de alguma personalidade ou evento marcante.

Em seguida, aparece uma parte “Filtrar coleções”, que tem conteúdos de diversos temas. Clicando em um dos temas, o utilizador verá todos os conteúdos da opção indicada, ou seja, carregando numa das opções, surge uma foto que o identifica, um pequeno texto de contextualização e vários documentários ou obras.



**Figura 33** - Secção "Coleções" do site da RTP Arquivos.

**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.

Secção “Programas” apresenta os programas mais relevantes da RTP, organizados de forma sistemática e coerente (Figura 34). Os programas são apresentados de diversas maneiras, do documentário ao humor, de informação ao entretenimento, organizados de acordo com o género e episódios, num mundo de conteúdos a serem explorados.

A seguir, ao clicar numa das opções, depois da palavra “Filtrar programas”, o utilizador será levado para os temas que deseja. Ainda neste item, a secção “Programa” apresenta as letras em ordem alfabética de “A-Z” a “Z-A”, o que torna possível aos utilizares encontrarem os programas de acordo com as suas necessidades.



**Figura 34** – Secção “Programas” do *site* da RTP Arquivos.

**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.

Como é demonstrado na Figura 35, a secção “Serviços” facilita o acesso público *online* aos arquivos sonoros e audiovisuais do serviço público de Rádio e Televisão, que é constantemente atualizado. Além disso, permite o acesso público aos seus arquivos sonoros e audiovisuais, a qualquer cidadão ou entidade, singular ou coletiva, conforme estabelecido no contrato de concessão do serviço público de rádio e televisão. Aqui é explicado como podemos obter cópias dos conteúdos do arquivo, sendo possível solicitar as cópias por meio da *internet*.

É bom salientar que, na secção “Serviços”, há arquivos ou cópias contendo os termos e condições que regulamentam o licenciamento comercial ou não comercial.

## Serviços

A RTP faculta o acesso público aos seus arquivos sonoros e audiovisuais, a qualquer cidadão ou entidade, singular ou coletiva, conforme estabelecido no contrato de concessão do serviço público de rádio e televisão.

O fornecimento de cópias dos conteúdos de arquivo é regulado por um conjunto de **termos e condições** que regulamentam o seu licenciamento em função do fim a que se destinam, comercial ou não comercial, e está sujeito à aplicação de uma **tabela de preços** homologada em vigor.

Os pedidos de cópia e **licenciamento para fins não comerciais** podem ser realizados integralmente *online*, de forma fácil, rápida e eficiente, na página de cada conteúdo. Também pode solicitar cópia de conteúdos que não estão ainda disponíveis *online* em RTP Arquivos. Para tal basta que **preencha e envie o formulário** disponível para o efeito.

Para poder solicitar *online* cópias e licenciamentos de conteúdos para fins não comerciais tem que estar previamente registado como utilizador, caso ainda não o tenha feito, registe-se [aqui](#). Apenas lhe será pedida autenticação quando proceder ao pedido de licenciamento de um conteúdo.

Os pedidos de **licenciamento para fins comerciais** dos conteúdos do arquivo da RTP devem ser efetuados diretamente por correio eletrónico para o endereço [arquivo@rtp.pt](mailto:arquivo@rtp.pt) ou por contato telefónico para os números disponíveis [aqui](#).

**Figura 35** – Secção “Serviços” do *site* da RTP Arquivos.

**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.

Por outro lado, a secção “Serviços” apresenta uma tabela de preços homologada em vigor para licenciamentos para fins não comerciais e fins comerciais, conforme demonstra nas figuras 36, 37.

RTP ARQUIVOS | CONTEÚDOS | COLEÇÕES | PROGRAMAS | SERVIÇOS | SOBRE O ARQUIVO | CONTACTOS

**1. Licenciamentos para fins não comerciais**

Entende-se por utilização não comercial o uso privado ou em iniciativas de educação, investigação ou cultura, sem fins lucrativos, e que não envolvam qualquer tipo de exploração comercial, direta ou indireta, do evento e/ou dos materiais fornecidos.

É expressamente proibida a distribuição pública dos conteúdos licenciados para fins não comerciais sob qualquer forma, meio ou tecnologia, designadamente via internet.

Os conteúdos ao abrigo de licenciamento para fins não comerciais são fornecidos exclusivamente em ficheiro digital enviado diretamente ao requisitante ou acessível para descarga na plataforma de acesso ao arquivo RTP na internet.

| TIPO UTILIZAÇÃO               | ZONA GEOGRÁFICA | DURAÇÃO CONTRATO | NÚMERO UTILIZAÇÕES | CUSTO LICENÇA (DURAÇÃO TOTAL CONTEÚDO) |                      |                    |
|-------------------------------|-----------------|------------------|--------------------|--|----------------------|--------------------|
|                               |                 |                  |                    | Até 5 minutos                          | Entre 5 a 45 minutos | Mais de 45 minutos |
| Cultura Educação Investigação | Vários Países   | 5 Anos           | Ilimitado          | 8 €                                    | 15 €                 | 25 €               |
| Doméstica / Privada           | Vários Países   | Vitalício        | Ilimitado          | 8 €                                    | 15 €                 | 25 €               |

**Figura 36** – “Serviços” (tabela de licenciamentos para fins não comerciais) no *site* da RTP Arquivos.

**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.

**2. Licenciamentos para fins comerciais**

Condições de licenciamento aplicáveis exclusivamente ao fornecimento de extratos de imagens e/ou sons de arquivo para produção de novos conteúdos destinados a utilizações de natureza comercial.

Ao valor do licenciamento de imagens e/ou sons para fins comerciais acrescem sempre os custos dos serviços operacionais utilizados, designadamente, pesquisa, visionamento, transcrição ou outros.

A comercialização de programas completos não está sujeita a esta tabela de preços e é regulada pelas condições do mercado.

| TIPO UTILIZAÇÃO          | ZONA GEOGRÁFICA | DURAÇÃO CONTRATO                                     | N.º UTILIZAÇÕES | CUSTO CONTEÚDOS (MINUTO) |               |       |
|--------------------------|-----------------|--|-----------------|--------------------------|---------------|-------|
|                          |                 |  |                 | RÁDIO                    | TELEVISÃO     |       |
| Broadcasting             | Portugal        | 1 Ano  | 1 Diação        | 30 €                     | 300 €         |       |
|                          |                 |  | limitado        | 40 €                     | 400 €         |       |
|                          |                 | 5 Anos   | limitado        | 50 €                     | 500 €         |       |
|                          |                 |  | limitado        | 50 €                     | 500 €         |       |
|                          |                 | 1 País Estrangeiro                                   | 1 Diação        | 50 €                     | 500 €         |       |
|                          |                 |  | limitado        | 60 €                     | 600 €         |       |
|                          | Vários Países   | 1 Ano  | 1 Difusão       | 100 €                    | 1.000 €       |       |
|                          |                 |  | limitado        | 120 €                    | 1.200 €       |       |
|                          |                 | 5 Anos   | limitado        | 160 €                    | 1.600 €       |       |
|                          |                 |  | limitado        | 80 €                     | 800 €         |       |
|                          |                 | Home Video<br>DVD Multimédia<br>Edições Fonográficas | Portugal        | 10.000 Exemplos          | 0 €           | 80 €  |
|                          |                 |  |                 | limitado                 | 25 €          | 250 € |
| 1 País Estrangeiro       | 5 Anos          | limitado   | 50 €            | 500 €                    |               |       |
|                          | Vários Países   | 5 Anos   | limitado        | 100 €                    | 1.000 €       |       |
| Cinema<br>Vídeo de Autor | Vários Países   | 10 Anos  | limitado        | 40 €                     | 400 €         |       |
|                          |                 | 30 Anos  | limitado        | 50 €                     | 500 €         |       |
| Publicidade              | Vários Países   | 1 Ano  | limitado        | 100 € / Seg.             | 1000 € / Seg. |       |
| Internet<br>Webcasting   | Vários Países   | 3 Anos   | limitado        | 40 €                     | 400 €         |       |
| Institucional            | Vários Países   | 5 Anos   | limitado        | 4 €                      | 40 €          |       |

A estes valores acresce o IVA à taxa legal em vigor.

**Figura 37** – Secção “Serviços” (tabela de licenciamentos para fins comerciais) no site da RTP Arquivos.

**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.

A secção “Sobre o arquivo” é um verdadeiro arquivo da memória coletiva nacional, com um acervo que remonta ao início às transmissões da Rádio e Televisão, respetivamente em 1936 e 1957, como mostra a figura 38.

**RTP ARQUIVOS** | CONTEÚDOS | COLEÇÕES | PROGRAMAS | SERVIÇOS | SOBRE O ARQUIVO | CONTACTOS

## Sobre o arquivo

O arquivo audiovisual da RTP constitui-se como um verdadeiro repositório da memória coletiva nacional, com um património cujas origens remontam ao início das emissões regulares da Rádio e da Televisão, respetivamente em 1936 e 1957. O seu acervo congrega diferentes suportes e formatos e uma grande diversidade de conteúdos, da ficção ao documentário, da informação ao entretenimento, do institucional ao desporto. A sua permanente salvaguarda, valorização e acesso público têm sido objetivos estratégicos da RTP, no cumprimento da sua missão de serviço público de rádio e televisão.

O portal RTP Arquivos é a nova plataforma de acesso público *online* aos arquivos audiovisuais do serviço público de rádio e televisão. Vai estar doravante em permanente atualização num trabalho continuado, destinado a disponibilizar progressivamente conteúdos desde a década de 30 do século passado até à atualidade, devidamente catalogados e contextualizados de modo a assegurar uma pesquisa fácil e eficaz.

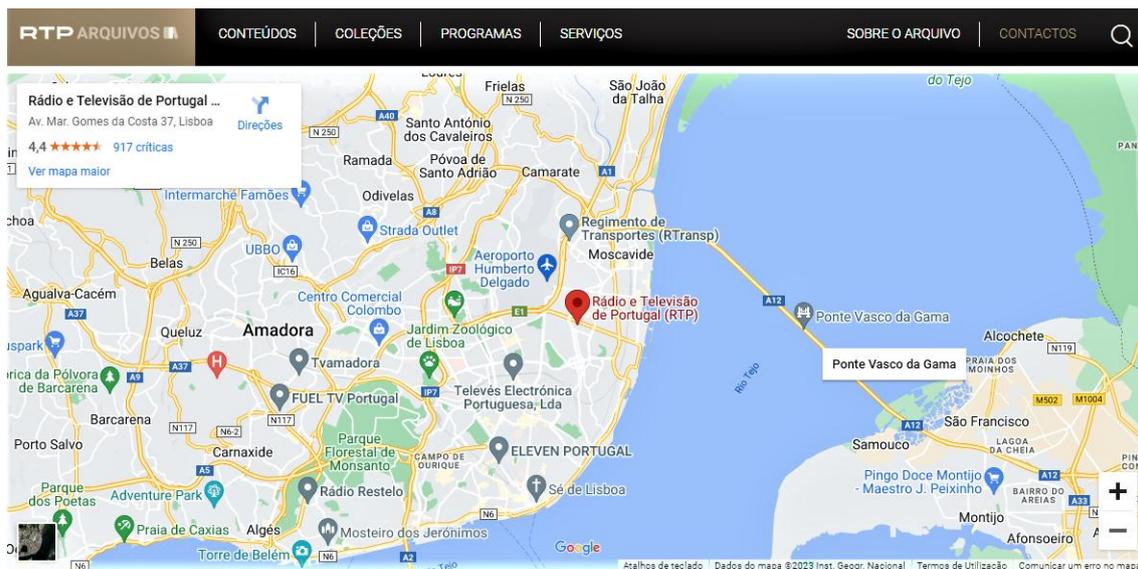
Além da pesquisa transversal, em opção simples ou avançada, sobre um acervo rico composto por vídeos, áudios, fotografias e textos, tem também disponível, na forma de coleções, uma seleção dos conteúdos mais representativos sobre os temas e personalidades mais marcantes da nossa história. Pode ainda aceder aos programas mais emblemáticos da RTP que estarão disponíveis organizados por géneros.

Por outro lado, constitui-se igualmente como uma nova ferramenta que simplifica e desmaterializa os processos de licenciamento de conteúdos, de acordo com os termos e condições estabelecidas no contrato de concessão do serviço público de rádio e televisão.

**Figura 38** – Secção “Sobre o arquivo” do site da RTP Arquivos.

**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.

Na secção “Contactos” apresenta a localização da RTP e os vários contactos (Figura 39).



**Figura 39** – Secção “Contactos” do site da RTP Arquivos.

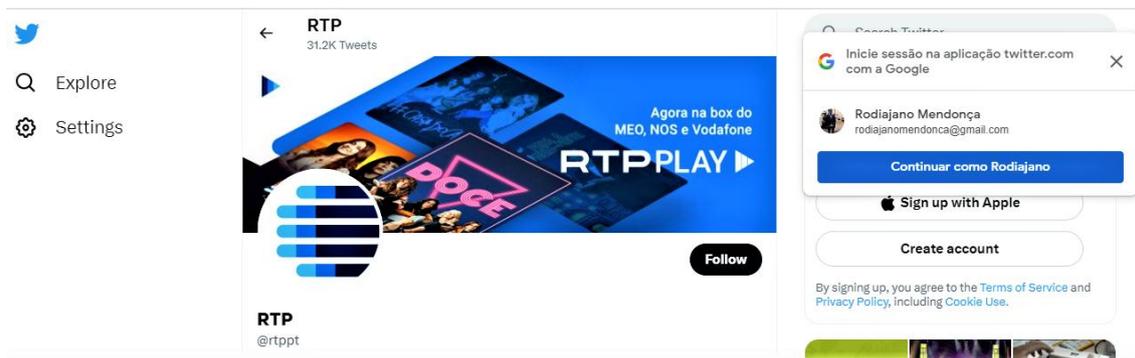
**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.

Como já havia mencionado no início da análise da RTP Arquivos, logo após a secção “Contactos” há dois símbolos de “Facebook” e “Twitter” (Figuras 40 e 41).



**Figura 40** – “Facebook” na página principal do site da RTP Arquivos.

**Fonte:** RTP Arquivos, 2023.



**Figura 41** – “Twitter” na página principal do *site* da *RTP Arquivos*.

**Fonte:** *RTP Arquivos*, 2023.

Nestas áreas de pesquisa, na secção “RTP Arquivos”, os utilizadores do *site* podem pesquisar os conteúdos, ou seja, os temas que desejam de acordo com trabalho a ser investigado. Por outro lado, se não encontrar o que deseja pode entrar em contacto com a equipa do arquivo (Figuras 42 e 43).



**Figura 42** – Pesquisa na página principal do *site* da *RTP Arquivos*.

**Fonte:** *RTP Arquivos*, 2023.

**RTP ARQUIVOS** | CONTEÚDOS | COLEÇÕES | PROGRAMAS | SERVIÇOS | SOBRE O ARQUIVO | CONTACTOS

## Pesquisa avançada

Pode pesquisar no Arquivo da RTP introduzindo apenas uma palavra-chave ou utilizando os vários campos de pesquisa para refinar o âmbito do que procura.

Palavra chave  
Mínimo 3 caracteres

Formato: Vídeo | Áudio | Fotografia | Texto

Tipo: Programa | Notícia

Data: de 1936 a 2022

No Portal do Arquivo RTP encontra um verdadeiro repositório da memória nacional com base no acervo multimédia da RTP composto por vídeos, imagens, áudio e documentos que podem ser licenciados para utilização privada.

Caso procure um conteúdo que não encontra no Portal contacte-nos. A Equipa do Arquivo terá todo o gosto em assisti-lo na sua pesquisa.

**Figura 43** – “Pesquisa avançada” na página principal do *site* da *RTP Arquivos*.

**Fonte:** *RTP Arquivos*, 2023.

A *RTP Arquivos* é iniciativa interessante para a RTP, pois possibilita que os utilizadores tenham acesso a conteúdos históricos e culturais de Portugal (RTP Arquivos, 2023c). O acervo apresenta uma variedade de conteúdos, desde programas de entretenimento até documentários sobre diversos temas ou assuntos (RTP Arquivos, 2023c).

Além disso, a *RTP Arquivos* preserva a memória audiovisual do país (RTP Arquivos, 2023d). A plataforma oferece programas e conteúdos antigos para que as gerações mais jovens tenham acesso ao património cultural e histórico português, além de oferecer oportunidades de aprendizado e pesquisa (RTP Arquivos, 2023d).

A *RTP Arquivos* é uma ferramenta útil para pesquisadores, estudantes que desejam investigar a evolução dos meios de comunicação e da sociedade portuguesa ao longo dos anos (RTP Arquivos, 2023d). Por outro lado, é uma ferramenta que pode ser aproveitada por quem quer relembrar momentos do passado ou por quem quer estudar e aprender mais sobre a história e a sociedade portuguesa (RTP Arquivos, 2023d).

Os arquivos da RTP são um tesouro histórico, pois mantém a memória coletiva (RTP Arquivos, 2023d). Eles contêm registos de eventos importantes, momentos marcantes, conversas com personalidades relevantes, programas culturais e muito mais (RTP Arquivos, 2023d).

Estes arquivos são uma fonte valiosa para pesquisadores, estudantes e entusiastas da história, permitindo-lhes explorar o passado e compreender de forma mais aprofundada a evolução social, política e cultural do país (RTP Arquivos, 2023d).

#### 4.4. Características das Plataformas Digitais de Informação e Comunicação da RTP

Segundo o estudo que realizámos sobre as plataformas digitais de informação e comunicação da RTP, conforme a sua página na *internet (site)*, identificamos várias características disponíveis pela emissora. A RTP tem várias plataformas digitais de informação e comunicação, incluindo o seu *site*, aplicativos móveis e redes sociais. Algumas das características dessas plataformas digitais incluem (RTP, 2023g):

1. **Acesso a notícias em tempo real:** A plataforma digital da RTP *APP RTP Notícias* oferece acesso a notícias e informações em tempo real, com atualizações frequentes sobre eventos atuais em Portugal e no mundo;
2. **Conteúdo multimédia:** A plataforma digital da *RTP Play* inclui não só texto, mas também imagens, áudio e vídeo para enriquecer a experiência do utilizador;
3. **Arquivos de programas:** Alguns dos programas da RTP estão disponíveis *online* nos seus arquivos, permitindo que os utilizadores assistam a programas que já foram transmitidos;
4. **Personalização (Ação de diferenciar):** os utilizadores podem personalizar a sua experiência na plataforma digital da RTP, escolhendo as notícias e programas que desejam ver com base nos seus interesses e preferências;
5. **Comentários e opinião:** a plataforma digital da *RTP Notícias* permite que os utilizadores comentem sobre notícias, programas e outros conteúdos e deem opinião direto à empresa;
6. **Interação social:** a RTP também está presente nas principais redes sociais, como *Facebook, Instagram, Twitter* e outras, permitindo que os utilizadores interajam e compartilhem conteúdo com outros utilizadores;
7. **Multiplataforma:** a RTP possui presença em diversas plataformas digitais, incluindo o *site*, aplicativos móveis, redes sociais e serviços de *streaming*;
8. **Conteúdo variado:** as plataformas da RTP oferecem uma grande variedade de conteúdo, desde notícias e programas de entretenimento até documentários e eventos ao vivo;

9. **Interação com o público:** as plataformas da RTP permitem a interação com o público por meio de comentários, estabelecer e outras ferramentas de engajamento;
10. **Acesso gratuito:** a maioria dos conteúdos da RTP é disponibilizada gratuitamente para acesso *online*, tornando-se acessível a um amplo público;
11. **Acesso sob Procura:** além de conteúdo em direto, a RTP oferece uma ampla seleção de conteúdo sob procura, permitindo que os utilizadores assistam programas no seu próprio horário;
12. **Acesso internacional:** a RTP disponibiliza alguns dos seus conteúdos para utilizadores internacionais, o que permite que a comunidade portuguesa espalhada pelo mundo tenha acesso aos programas da emissora;
13. **Disponibilidade *online*:** as plataformas da RTP estão disponíveis *online*, o que significa que os utilizadores podem cessá-las a qualquer momento, em qualquer lugar com uma conexão à *internet*;
14. **Plataformas móveis:** a RTP possui aplicativos para dispositivos móveis, permitindo que os utilizadores acedem conteúdo a partir dos seus *smartphones*, *tablets* e outros;
15. **Conteúdo em várias línguas:** a RTP disponibiliza conteúdo em várias línguas, incluindo português, inglês, francês e espanhol, tornando os seus programas e notícias acessíveis a uma audiência global;
16. **Atualização constante:** a plataforma digital da *RTP Notícias* é atualizada constantemente, com notícias em tempo real, programação ao vivo e conteúdo sob procura.

## 5. Conclusão

### 5.1. Conclusões da Investigação

A RTP é de todos para todos. Chega às maiorias e minorias, ao público com necessidades especiais e está próximo de portugueses, onde quer que estejam. Ao mesmo tempo, liga Portugal aos portugueses entre si, entre si e ao mundo.

O *site* da RTP tem um grande impacto na expansão da programação digital, modernização tecnológica, aposta em conteúdo nacional, maior foco na cultura, internalização, conteúdo multimédia, acesso em tempo real, multiplataforma, interação com o público, interação social, plataformas móveis, atualização constante. Por outro lado, ela aumenta a sua presença em África, América do Sul e Europa, oferecendo programas em português para os falantes da língua portuguesa em todo o mundo. Além disso, existem traduções para outras línguas como o Espanhol, o Inglês e o Francês. Manter-se sempre fiel ao seu compromisso com os seus públicos, proporcionando conteúdo de excelência e relevância para o público em geral.

É importante salientar que o *site* da RTP oferece aos seus telespectadores uma maneira prática de aceder aos programas e conteúdos produzidos pela emissora. Ela permite que os utilizadores acedam aos programas de televisão em direto, programas gravados sob procura, escutar rádio *online*, ler notícias e obtêm dados sobre a programação da RTP. E, por outro lado, ela oferece também acesso fácil a notícias, programas de televisão, séries, filmes, desporto, entretenimento e outros conteúdos produzidos pela emissora. Além disso, o *site* disponibiliza serviços de *streaming* e arquivos de programas passados, permitindo que os eleitores acedem o conteúdo que desejam.

A *RTP Play* é um serviço *online* que permite ver/ouvir transmissões *online* e programas a pedido totalmente disponível para si, em diversas plataformas. Pode aceder aos conteúdos em direto e a pedido através do seu *Smartphone*, *Tablet*, na *BOX MEO*, *NOS*, *VODAFONE*, *SmartTVs*, *AndroidTV*, *AppleTV*, *Carplay*.

Por outro lado, ela também faculta aos seus telespectadores a possibilidades de aceder os programas quando e onde desejarem, através de computadores, *smartphones*, *tablets* e outros dispositivos conectados à *internet*.

Os utilizadores podem assistir às emissões em direto e/ou recuperar programas dos vários canais televisivos e radiofónicos disponibilizados, de forma gratuita e sem restrições de acesso, pelo

operador público de rádio e televisão português em qualquer lugar do mundo, desde que tenham acesso à *internet*.

O *site* da RTP é uma plataforma de acesso inteiramente gratuito da RTP, sem a necessidade de uma assinatura paga para usufruir do serviço.

É bom realçar que a *RTP Arquivos* é um centro de armazenamento audiovisual dedicado à memória coletiva nacional, com um acervo que remonta às emissões regulares da Rádio e da Televisão.

Os arquivos possuem programas de televisão, noticiários, documentários, séries, eventos desportivos e muito mais, abrangendo décadas de produções da RTP. O *site* da *RTP Arquivos* é uma nova plataforma para o acesso público *online* aos arquivos audiovisuais do serviço público de rádio e televisão.

Contudo, a *RTP Arquivos* facilita a oportunidade de aprofundar os conhecimentos sobre a preservação do património histórico-cultural presente no arquivo, em diferentes formatos analógicos e digitais, assegurando o seu acesso no futuro. A *RTP Arquivos* é uma ferramenta para utilizadores nacionais, mas também é requisitada por pesquisadores, produtores de filmes e documentários.

O público, em geral, tem a ocasião de se conhecer momentos relevantes da história do país, desde os primórdios da televisão até os dias atuais, o que enriquece o conhecimento sobre a cultura e a sociedade portuguesa ao longo do tempo.

## **5.2. Limitações do Estudo**

Na realização deste trabalho, assim como em qualquer outro, existem algumas limitações ao desenvolvimento, que podem ser explicadas a seguir. Desde logo, o facto de não existir muita pesquisa ou investigadores a desenvolver pesquisas na mesma área dificulta consideravelmente a determinação dos caminhos e escolhas a serem tomados no discurso de pesquisa. A ausência de referências bibliográficas que estejam diretamente relacionadas ao tema. Outro aspeto foi a proteção a que alguns dados relevantes para a presente dissertação se encontravam sujeitas.

Outra limitação encontrada foi o fator tempo, que contribuiu para as restrições de tempo e teve alguma influência prejudicial à investigação.

Esta investigação teve como o propósito compreender o conceito de plataforma digital de informação e comunicação, aprofundar o conhecimento sobre o atual contexto de atuação das plataformas digitais de informação e comunicação no campo televisivo e identificar e entender as principais características das plataformas digitais de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP. Para isso, optou-se por uma metodologia de análise de conteúdo que abrange os métodos qualitativa e quantitativa. Na presente investigação, prevaleceu a profundidade em detrimento da capacidade de generalização.

Apesar de terem sido superados, todos esses obstáculos contribuíram para atrasar e dificultar de forma significativa o desenvolvimento da presente dissertação.

### **5.3. Investigação Futura**

Como sugestão de investigação futura, seria interessante analisar o *Site* da RTP, as suas plataformas como a *RTP Play* e a *RTP Arquivos*, bem como as características das plataformas digitais de informação e comunicação disponibilizadas pela RTP, mas sob a perspetiva do espectador, fazendo uma análise das perceções e interpretações que estes retiram das ações aplicadas à análise.

Dada a escassez de pesquisas e estudos sobre as plataformas digitais de informação e comunicação do operador público televisivo português, torna-se crucial o reforço em pesquisas futuras, que possam abranger outras empresas televisiva.

Concluindo que, este estudo pode servir de base para investigações futuras com o tema estudado, com forte possibilidade de haver estudos mais completos e de utilidade da empresa televisiva.

## 6. Referências Bibliográficas

Abreu, A. P. C. (2017). *A televisão para lá do televisor: novas práticas, novos consumos* [Universidade Católica Portuguesa]. Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa. <http://hdl.handle.net/10400.14/21868>

Abreu, F. R. F. (2016). *A crescente importância do marketing digital e a sua implementação nas estratégias de comunicação integrada das empresas* [Faculdade de Ciências Sociais e Humanas]. Repositório Institucional da Universidade Nova de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10362/18102>

Abreu, K. C. K., & SILVA, R. S. (2012). História e tecnologias da televisão. Investigação bibliográfica desenvolvida na Universidade Federal de Santa Maria–UFSM. [abreu-silva-historia-e-tecnologias-da-televisao.pdf \(ubi.pt\)](http://ubi.pt/abreu-silva-historia-e-tecnologias-da-televisao.pdf)

Albuquerque, A., & Silva, T. (2021). Plataformas digitais e departamentos de comunicação/relações-públicas: uma revisão sistemática. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (42), 62-77. [c22a8aa2cfec79e62cf4364f86d5d6594cc7.pdf \(semanticscholar.org\)](https://www.semanticscholar.org/paper/c22a8aa2cfec79e62cf4364f86d5d6594cc7)

Almeida, R. C. R. D. (2016). *O jornalismo na Era da convergência* [Universidade Católica Portuguesa]. Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa. <http://hdl.handle.net/10400.14/19226>

Alvim, A. M. S. V. C. (2021). *Uma nova era de produção televisiva: a RTP num ambiente de convergência digital* [Universidade Católica Portuguesa]. Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa. <http://hdl.handle.net/10400.14/37165>

Andrade, C. F. M. (2017). O estatuto das imagens de violência na informação da RTP [Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social]. Repositório Institucional do Instituto Politécnico de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.21/8043>

António, P. J. (2017). Jornalismo televisivo digital nas redes sociais (facebook): um olhar comparativo entre Angola e Portugal-TPA, TV Zimbo e RTP Notícias [Faculdade de Ciências Sociais e Humanas]. Repositório Institucional da Universidade Nova de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10362/22296>

- Airey, D. (2007). Is the BBC a healthy institution. Or fundamentally sick at heart. Independent.
- Araújo, A. C. S., & de Oliveira, F. K. (2021). Revisão Sistemática da Literatura sobre Tecnologias digitais de informação e comunicação de tradução do par linguístico Português Libras. *Revista Semiárido De Visu*, 9 (3), 286-299. <https://doi.org/10.31416/rsdv.v9i3.305>
- Balan, W. C. (2013). Plataformas digitais: uma nova forma de ver TV. FERREIRA JUNIOR, José e SANTOS, Márcio Carneiro dos. Comunicação, tecnologia e inovação: estudos interdisciplinares de um campo em expansão. Porto Alegre, Buqui. [Relatório para qualificação \(researchgate.net\)](#)
- Baptista, C. (2019). A invenção da televisão revolucionária: a RTP durante o PREC (1974-1975). *Media & Jornalismo*, 19(35), 237-247. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_35\\_16](https://doi.org/10.14195/2183-5462_35_16)
- Bastos, H., Zamith, F., Reis, A. I., & Jerónimo, P. (2013). Convergência jornalística nos média em Portugal: Um estudo exploratório. *Livro de Atas do III COBCIBER*. [Universidade do Porto]. Repositório Institucional da Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10216/79696>
- Becker, B. (2022). Televisão e telejornalismo: transições. Digitaliza Conteúdo.
- Belochio, V. (2013). Convergência com meios digitais em Zero Hora multiplataforma: a ampliação dos contratos de comunicação a partir da variação dos dispositivos jornalísticos. *Interações em Rede*. Porto Alegre: Sulina. [BELOCHIO LIVRO LIMC-libre.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](#)
- Bernardo, D. F. (2012). *As televisões generalistas portuguesas online: estudo sobre a presença de conteúdos Informativos nos sites da RTP, SIC e TVI* [Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social]. Repositório Científico do Instituto Politécnico de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.21/6174>
- Bianchi, P., & Hatje, M. (2007). A formação profissional em Educação Física permeada pelas tecnologias de informação e comunicação no centro de Educação Física e desportos da Universidade Federal de Santa Maria. [Universidade Federal de Santa Maria]. Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Maria. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/238467>

Burnay, C. D., Lopes, P., Sousa, M. N. D., Félix, J., & Carvalho, A. L. (2020). Portugal: FTA e VoD: um hiato geracional. *O melodrama em tempos de streaming*, 291-322. [PT ES OBITEL 2020 1 .pdf \(ucp.pt\)](#)

Cádima, F. R. (1996). *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Editorial Presença.

Cádima, F. R. (2006). *A televisão light rumo ao digital*. Lulu. com. [A Televisão Light : rumo ao digital - Media XXI - Torrossa](#)

Cádima, F. R. (2010). Imagens e representações da ditadura portuguesa na televisão (1957-1974). *Logos*, 17(1), 56-69. <https://doi.org/10.12957/logos.2010.631>

Cádima, F. R. (2016). O “Public Service Media”, a RTP e os desafios da Era Digital. *Mediapolis—Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, (2), 63-71. [Mediapolis n.º 2 - os desafios dos media de serviço público](#)

Cádima, F. R. (2019). Uma análise do website da RTP e os "novos serviços audiovisuais" da televisão pública. *Diversidade e Pluralismo nos Média*, 93-108. [ICNOVA Diversidade Pluralismo total v2 93 108.pdf \(unl.pt\)](#)

Canavilhas, J. (2012). Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses. *Brazilian journalism research*, 8(1), 7-21. <https://doi.org/10.25200/BJR.v8n1.2012.369>

Canelas, C. (2011a). Os efeitos da convergência nos media noticiosos. [Carlos Canelas-2.doc \(ipg.pt\)](#)

Canelas, C. (2011b). Las prácticas profesionales de la edición de vídeo en la producción de los contenidos informativos diários de la televisión pública portuguesa ante la convergência digital. [ORTEGA, FÁ©lix e CARDEÃ,OSA, Laura - 2010 - Nuevos Medios, Nueva ComunicaciÃ³n.pdf \(ipg.pt\)](#)

Carmo, F. M. D. (2013). *Mundo virtual 3D em plataforma aberta como interface para ambientes de aprendizagem* [Universidade de São Paulo]. Repositório Institucional da Universidade de São Paulo. <https://doi.org/10.11606/D.3.2012.tde-04042013-171436>

Carneiro, M. D. F. (2006). O serviço público de televisão e a informação regional: uma análise comparativa entre dois noticiários regionais da RTP [Universidade do Minho]. Repositório

Institucional da Universidade do Minho. [O serviço público de televisão e a informação regional: uma análise comparativa entre dois noticiários regionais da RTP - ProQuest](#)

de Carvalho, A. A. (2009). A RTP e o serviço público de televisão. Almedina.

Cashmore, E. (1998). E a televisão se fez (Vol. 58). Summus Editorial. [e a televisão se fez - Ellis Cashmore](#)

Castro, C. (2013, March). Pensando a produção de conteúdos para TV Digital pública a partir da interatividade e da convergência tecnológica. In I Jornadas Iberoamericanas de Difusión y Capacitación sobre Televisión Digital Interactiva. [Universidade De La UNLP]. Repositório Institucional da Universidade De La UNLP. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/25926>

Cassaro, V. M. (2020). Várias TVs dentro de uma TV: Novos conceitos de televisão e o consumo da ficção narrativa. *Revista Sítio Novo*, 5(1), 31-43. [Várias TVs dentro de uma TV: Novos conceitos de televisão e o consumo da ficção narrativa | Cassaro | Revista Sítio Novo \(ifto.edu.br\)](#)

Chaves, L. E. (2015). *Gerenciamento da comunicação em projetos*. Editora FGV. [Gerenciamento da comunicação em projetos - Lúcio Edi Chaves...\[et al.\]](#).

Coelho, S. B., & Carvalho, J. M. (2012). O conceito da televisão pública para a Rede Nacional de Televisão Pública Digital. *Revista Temática. Paraíba: UFPB, Ano VIII, (02)*. [televisao\\_publica\\_digital-libre.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](#)

Correa, E. S., & Giacomassi, F. (2018). Inovações no Jornalismo para além das Tecnologias Digitais. *Líbero*, (41), 57-73. [Inovações no Jornalismo para além das Tecnologias Digitais | Correa | LÍBERO \(casperlibero.edu.br\)](#)

Costa, S. A. D. D. A. (2019). Inovação no serviço público de televisão na era digital: o caso da RTP Notícias [Universidade Católica Portuguesa]. Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa. <http://hdl.handle.net/10400.14/27098>

Esteves, R. P. L. (2020). *A Culinária na Rádio Televisão Portuguesa: Maria de Lourdes Modesto, uma pioneira* [Universidade de Lisboa (Portugal)]. Repositório Institucional da Universidade de Lisboa. [A Culinária na Rádio Televisão Portuguesa : Maria de Lourdes Modesto, Uma Pioneira - ProQuest](#)

Fernandes, A. F., de Magalhães, T. M., de Magalhães, L. H., & Fernandes, A. F. (2020, August). Aulas remotas: os desafios e potenciais de um novo modo de ensinar utilizando tecnologia. In *Anais do CIET: EnPED: 2020- (Congresso Internacional de Educação e Tecnologias/ Encontro de Pesquisadores em Educação a Distância)*.

Ferreira, S. P. M. (2013). *O Arquivo da Rádio da RTP: preservação do seu acervo* [Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10362/12236>

Fidalgo, J. (2003). De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão. [Universidade do Minho]. Repositório Institucional da Universidade do Minho. <https://hdl.handle.net/1822/7363>

Gabriel, M. C. C. (2017). *Educ@ r*. Saraiva Educação SA. [Educ@r - MARTHA CARRER CRUZ GABRIEL](#)

Garcia, L. A. R., & Menegassi, P. D. R. (2014). A televisão e os desafios da utilização nas práticas de leitura. [O leitor em formação precisa ter competência para ler os vários tipos de textos, por isso é função da escola alfabetizar os alunos, considerando-os também telespectadores, e por isso leitores da mídia eletrônica \(alb.org.br\)](#)

Godinho, J. (2011). Estado da Arte da Investigação sobre Jornalismo Televisivo. Alicerces. Lisboa: Edições Colibri/Instituto Politécnico de Lisboa, 267- 276.

Guedes, J. C. (2020). *Sinergias que as plataformas digitais podem proporcionar para o desenvolvimento dos trabalhos realizados pelos nómadas digitais* [Universidade Católica Portuguesa]. Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa. <http://hdl.handle.net/10400.14/31058>

Henriques, C. (2021). Uma história da rádio pouco sonora: em torno dos arquivos sonoros radiofónicos de Portugal e Espanha. *Revista Brasileira de História da Media*, 10(1). <https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.10120219840>

Lemos, C. R. F., Bernardes, C. B., & Barros, A. T. D. (2011). TV Câmara, TV pública: as TVs legislativas brasileiras na transição para a plataforma digital. *OBS*, 5(2). [TV Câmara, TV pública? As TVs legislativas brasileiras na transição para a plataforma digital \(researchgate.net\)](#)

Lopes, A. D. S., Duarte, A. G., Cardoso Lopes, F., Godinho, J., Coutinho, M. C., & Mata, M. J. (2022). O jornalismo visual em Portugal: contributos para uma história. *O jornalismo visual em Portugal: contributos para uma história*. [Universidade Politécnico de Lisboa]. Repositório Institucional da Universidade Politécnico de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.21/15069>

Lopes, A. D. S., & Coutinho, M. C. (2022). A afirmação da identidade da RTP2: a informação não diária, de 1992 a 2010. *O jornalismo visual em Portugal: contributos para uma história*, 257-284. [55227027.pdf \(ucp.pt\)](#)

Machado, E., & Palacios, M. (2007). Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 199-222. [2007\\_palacios\\_elias\\_metodologia\\_GJOL-libre.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](#)

Machado, A. (2011). Fim da televisão? *Revista Famecos: media, cultura e tecnologia*, 18(1), 86-97.

Machado, D. P., & Moraes, M. G. D. S. (2015). *Educação a Distância Fundamentos, Tecnologias, Estrutura a Processo de Ensino e Aprendizagem*. Saraiva Educação SA. [Educação a Distância Fundamentos, Tecnologias, Estrutura a Processo de ... - DINAMARA PEREIRA MACHADO, MARCIO GILBERTO DE SOUZA MORAES](#)

Martins, M. S. S. (2018). *A representação da informação audiovisual da Rádio e Televisão de Portugal* [Universidade de Lisboa]. Repositório Institucional da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/37232>

Médola, A. S. L. D., & de Paiva Teixeira, L. H. (2007). Televisão digital interativa e o desafio da usabilidade para a comunicação. *Intexto*, (17). [Televisão digital interativa e o desafio da usabilidade para a comunicação | Intexto \(ufrgs.br\)](#)

Mendes, D. R. (2020). *Redes de computadores: teoria e prática*. Novatec Editora. [Redes de Computadores: Teoria e Prática - Douglas Rocha Mendes](#)

Miller, T. (2009). A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo, 9-26. [A TV em trans NOTAS AJUSTADAS-libre.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](#)

Nunes, R. J. M. (2012). Condicionantes do dispositivo mediático na formatação de conteúdos multimedia: análise do dispositivo online do serviço público de televisão em Portugal e Espanha. <http://hdl.handle.net/10362/7346>

Nuno, F. F. (2012). Evolução legal dos arquivos audiovisuais e sonoros em Portugal. *PontodeAcesso*, 6(1),156-171.

<https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/514>

de Oliveira Rosa, R., Casagrande, Y. G., & Spinelli, F. E. (2017). A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. *Revista de tecnologia aplicada*, 6(2). [A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor | Rosa | REVISTA DE TECNOLOGIA APLICADA \(faccamp.br\)](#)

Parmeggiani, B. (2016). A Televisão e as Teorias da Comunicação: o conceito de TV segundo alguns dos principais autores da área1. Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Pereira, F. (2015). Relatório de Estágio Curricular–RTP–Rádio e Televisão Portuguesa (Guarda). <http://hdl.handle.net/10314/2662>

Pereira, F. H., & Adghirni, Z. L. (2011). O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. <http://repositorio2.unb.br/jspui/handle/10482/12443>

Pereira, S. R. P. (2015). *A Produção televisiva na era da mudança e da concorrência* (Doctoral dissertation). <http://hdl.handle.net/10362/15829>

Pereira, A. S., Shitsuka, D. M., Parreira, F. J., & Shitsuka, R. (2018). Metodologia da pesquisa científica. <http://repositorio.ufsm.br/handle/1/15824>

Pereira, T. F., Chereze, L. S., Martins, S. V. G. P., & Nakagomi, F. (2021). UM Estudo sobre as vantagens e desvantagens do home office e tecnologias de informação e comunicação em tempos de crise. *Revista Científica e-Locução*, 1(19), 24-24.

Pinto, M. (2000). A televisão no quotidiano das crianças. Edições Afrontamento. [Universidade do Minho]. Repositório Institucional da Universidade do Minho. <https://hdl.handle.net/1822/40229>

Polettini, R. (2012). Produção jornalística em TV digital: mapeamento de competências informacionais para redação convergente. [Produção jornalística em TV digital: mapeamento de competências informacionais para redação convergente \(unesp.br\)](#)

Ramos, E. M. A. C. D. S. (2012). *A representação de conteúdos documentais no contexto dos novos sistemas de gestão de arquivos audiovisuais digitais: o caso do "Digital Asset Management"* (Doctoral dissertation, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa). <http://hdl.handle.net/10362/9344>

Reis, A. (1993). A Revolução de 25 de Abril de 1974, o MFA e o Processo de Democratização. *Portugal Contemporâneo*, 6, 13-62.

Reis, M. S. D. (2008). *A programação televisiva revolucionária: RTP 1974-1975* [Universidade Nova de Lisboa]. Repositório Institucional da Universidade Nova de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10362/103840>

Renault, D. (2013). A convergência tecnológica e novo jornalista. *Brazilian journalism research*, 9(2), 30-49. <https://doi.org/10.25200/BJR.v9n2.2013.575>

Rios, D. (2021). Televisão e plataformas: um estudo de caso sobre dataficação nos serviços SVoD Netflix e Amazon Prime Vídeo. [https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Rios-14/publication/351129075\\_Televisao\\_e\\_plataformas\\_um\\_estudo\\_de\\_caso\\_sobre\\_dataficacao\\_nos\\_servicos\\_SVoD\\_Netflix\\_e\\_Amazon\\_Prime\\_Video/links/60898835299bf1ad8d652c12/Televisao-e-plataformas-um-estudo-de-caso-sobre-dataficacao-nos-servicos-SVoD-Netflix-e-Amazon-Prime-Video.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Rios-14/publication/351129075_Televisao_e_plataformas_um_estudo_de_caso_sobre_dataficacao_nos_servicos_SVoD_Netflix_e_Amazon_Prime_Video/links/60898835299bf1ad8d652c12/Televisao-e-plataformas-um-estudo-de-caso-sobre-dataficacao-nos-servicos-SVoD-Netflix-e-Amazon-Prime-Video.pdf)

Rodrigues, R. B. (2016). Novas tecnologias da informação e da comunicação. *Recife: IFPE*. [Novas-Tecnologias-da-Informacao-e-da-Comunicacao.pdf \(researchgate.net\)](#)

Rodrigues, M. A., Pinto, A. I. L., & da Cunha Pinto, M. V. S. (2019). A RTP e a responsabilidade social. *Casos de marketing público y no lucrativo-Casos de Marketing Público e Não Lucrativo*, 6, 33-40. [A RTP e a responsabilidade social | Casos de marketing público y no lucrativo - Casos de Marketing Público e Não Lucrativo \(casos-aimpn.org\)](#)

Santos, P. V. F., & Luz, C. R. M. (2013). História da televisão: do analógico ao digital. *Inovcom*, 4(1), ág-34. [gisely,+1599-4035-1-CE.pdf](#)

Santos, T. D. R., Bonixe, L., Silva, E. C. E., Oliveira, M., Reis, A. I., Brites, M. J., & Jorge, A. (2015). 80 anos da Rádio em Portugal.

Santos, M. I. M. D. (2018). O Imediatismo como valor notícia no jornalismo online—Estudo de caso da RTP Notícias [Universidade de Coimbra]. Repositório Institucional da Universidade de Coimbra. <http://hdl.handle.net/10316/82176>

Santos, R. B., & Maissiat, J. (2019). Educação e televisão: contribuições para a formação e a emancipação humana a partir da metodologia freiriana. *Revista Extraprensa*, 12, 696-709. <https://doi.org/10.11606/extraprensa2019.153329>

Silva, N. M. (2013). A convergência das redações e as divergências nos jornalistas. *Prisma.com*, (20), 3-20. [A convergência das redações e as divergências nos jornalistas | Silva | PRISMA.COM \(up.pt\)](#)

Silveira, S. A. (2017). *Tudo sobre tod@s: Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais*. Edições Sesc. [Tudo sobre tod@s: Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais - Sergio Amadeu da Silveira](#)

Siqueira, M. C. (2005). *Gestão estratégica da informação*. Brasport. [Gestão Estratégica da Informação - M. C. Siqueira](#)

Sobral, F. A. (2012). Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva. *Millenium*, 42, 143-159. <http://hdl.handle.net/10400.14/19660>

Sobral, F. A. (2013). Televisão em Contexto Português: a estória de uma história. *Extensão em Foco*, (8). <https://revistas.ufpr.br/extensao/article/viewFile/35647/21996>

Sobral, F. A. (2022). Desafios da televisão no século XXI. *AVANCA/ CINEMA*, 535-541. <https://doi.org/10.37390/avancacinema.2022.a426>

Sousa, H., & Santos, L. A. (2003). RTP e serviço público: um percurso de inultrapassável dependência e contradição. <https://hdl.handle.net/1822/1002>

Souza, J. C. A. (2015). Gêneros e formatos na televisão brasileira. Summus Editorial. [Gêneros e formatos na televisão brasileira - José Carlos Aronchi de Souza - Google Livros](#)

Teixeira, L. (2006, July). Usabilidade e entretenimento na TV digital interativa. In *VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação*. [Teixeira.doc \(ufpe.br\)](#)

Tolentino, L. A. (2013). Uso da televisão como objeto de aprendizagem no estudo da formação de textos.

Torres, E. C. (2016). A televisão e o serviço público. Fundação Francisco Manuel dos Santos. [A Televisão e o Serviço Público - Eduardo Cintra Torres](#)

Torres, E. C. (2010). Por uma definição contemporânea de televisão. *Revista LER—O que é televisão*.

Teves, V., & Lopes da Silva, M. J. (1971). Vamos falar de Televisão. *Livros RTP. Biblioteca Básica Verbo n.º*. 1971.

Valente, J. A. (2014). A comunicação e a educação baseada no uso das tecnologias digitais de informação e comunicação. *UNIFESO-Humanas e Sociais*, 1(01), 141-166. <https://www.unifeso.edu.br/revista/index.php/revistaunifesohumanasesociais/article/view/17/24>

Winckler, M., & Pimenta, M. S. (2002). Avaliação de usabilidade de sites web. *Escola de Informática da SBC Sul (ERI 2002)*. Porto Alegre, 1, 85-137. [cap3.doc \(researchgate.net\)](#)

### **Sites**

RTP (2022a). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: <https://www.rtp.pt/> Consultado a 1 de novembro de 2022.

RTP (2022b). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: <https://arquivos.rtp.pt/conteudos/1a-emissao-experimental-da-rtp/> Consultado a 4 de novembro de 2022.

RTP (2022c). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: <https://arquivos.rtp.pt/conteudos/tv-revolucao/> Consultado a 4 de novembro de 2022.

RTP (2023a). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: <https://media.rtp.pt/empresa/rtp/historia/> Consultado a 21 de fevereiro de 2023.

RTP (2023b). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: <https://media.rtp.pt/empresa/rtp/missao/> Consultado a 23 de fevereiro de 2023.

RTP (2023c). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: <https://arquivos.rtp.pt/conteudos/anos-80/> Consultado a 8 de março de 2023.

RTP (2023d). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: [História | Empresa | RTP](#) Consultado a 01 de maio de 2023.

RTP (2023e). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: <https://www.rtp.pt/> Consultado a 18 de junho de 2023.

RTP Arquivos (2023a). *Site oficial da RTP Arquivos*. Disponível em: <https://arquivos.rtp.pt/> Consultado a 03 de junho de 2023.

RTP Arquivos (2023b). *Site oficial da RTP Arquivos*. Disponível em: [1ª Emissão Experimental da RTP – RTP Arquivos](#) Consultado a 19 de junho de 2023.

RTP Play (2023a). *Site oficial da RTP Play*. Disponível em: [RTP Play - Ajuda](#) Consultado a 15 de maio de 2023.

RTP Play (2023b). *Site oficial da RTP Play*. Disponível em: [RTP Play - Ajuda](#) Consultado a 20 de junho de 2023.

RTP (2023f). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: <https://www.rtp.pt/> Consultado a 02 de julho de 2023.

RTP Arquivos (2023c). *Site oficial da RTP Arquivos*. Disponível em: <https://arquivos.rtp.pt/> Consultado a 11 de julho de 2023.

RTP Play (2023c). *Site oficial da RTP Play*. Disponível em: <https://www.rtp.pt/play/> Consultado a 22 de julho de 2023.

RTP (2023g). *Site oficial da Rádio e Televisão de Portugal*. Disponível em: <https://www.rtp.pt/> Consultado a 06 de agosto de 2023.

RTP Arquivos (2023d). *Site oficial da RTP Arquivos*. Disponível em: <https://arquivos.rtp.pt/> Consultado a 17 de agosto de 2023.

RTP Play (2023d). *Site oficial da RTP Play*. Disponível em: [RTP Play - Ajuda](#) Consultado a 01 de agosto de 2023.

SIRIUS (2024). *A Análise Descritiva*. Disponível em: <https://blog.sirius.education/analise-descritiva/> Consultado a 18 de março de 2024.

QuestioPro (2024). *A Análise Descritiva*. Disponível em: <https://www.questionpro.com/blog/pt-br/analise-descritiva/> Consultado a 18 de março de 2024.