

TELEVISÃO EM CONTEXTO PORTUGUÊS: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA E PROSPETIVA*

FILOMENA ANTUNES SOBRAL ¹

¹ Docente da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu
e membro do CITAR - Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes
da Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa – Portugal. (e-mail: filomena@esev.ipv.pt)

Resumo

Inserida numa conjuntura de convergência dos média e de transformação tecnológica, a televisão generalista em Portugal procura adaptar-se à contemporaneidade numa perspetiva de desenvolvimento e modernização. Apesar de conviver com novos meios de difusão e diferentes formas de consumo, a televisão mantém a sua centralidade, tendo, no entanto, que ajustar-se a outros modelos de utilização. Procuramos neste texto estabelecer um quadro histórico de evolução da televisão em Portugal, numa dupla abordagem de caracterização do sistema televisual vigente e de perspetivar o futuro que se aproxima.

Palavras-chave: televisão, história, média, digital, Portugal.

Abstract

Inserted in a context of media convergence and technological transformation, Portuguese generalist television tries to adapt itself to the contemporary perspective of development and modernization. Nevertheless, in the national framework, although generalist television has to deal with new means of diffusion and also with different ways of consumption, it does not lose its importance; but it has to adjust itself to new models of use.

It is the objective of this paper to establish an historical portrait of the Portuguese television evolution in a

* Artigo elaborado com o apoio do Programa Operacional Ciência e Inovação 2010 (POCI 2010), cofinanciado pelo Governo Português e pela União Europeia, através do Fundo Europeu para o Desenvolvimento Regional (FEDER), e pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT).

dual perspective that takes into account the characterization of the televisual system and an analytical approach that tries to put the future into perspective.

Keywords: television, history, media, digital, Portugal.

1. Introdução

Se hoje, em termos internacionais, não é possível passar ao lado da questão televisiva sendo a *televisão* motivo de «reflexão filosófica» (Santos, 2000: 121), o caso português também não é exceção motivando análises e investigações¹ que, embora relativamente recentes, procuram refletir sobre a «caixa que mudou o mundo» (Wolton, 2000: 55) sob vários pontos de vista, como sejam o módulo cognitivo televisivo, os efeitos socioculturais, as políticas de programação e os aspetos económicos, políticos ou tecnológicos. Este interesse resulta, como facilmente se compreende, da «omnipotência e omnipresença da televisão» (Vara, 2002: 29) na sociedade portuguesa e do facto da televisão em Portugal ter adquirido maior visibilidade nos últimos quinze anos, sobretudo devido ao surgimento de canais privados (Cunha, 2008). Para além disso, como focaliza Rui Cádima (2011: 17), «A televisão tem, ainda hoje, uma enorme influência na sociedade portuguesa», não só porque ela exprime cada vez mais o mundo em que vivemos (Brandão, 2006), como também redesenha o próprio universo em que está imersa (Lopes, 2008). Por outro lado, inserindo-se num contexto de transformação tecnológica dos média, a televisão portuguesa também não escapa à reflexão que daí advém motivando pesquisas que procuram entender como se vai ajustar a televisão às novas plataformas de difusão (Cardoso, 2006), que uso faz a *e-generation* dos média em Portugal (Espanha & Lapa, 2007) ou que experiência televisiva desponta na era digital (Araújo, 2009) e da cultura participativa (Cádima, 2011).

Numa altura em que a televisão em Portugal volta a estar no centro das atenções, não só devido a expectativas decorrentes da digitalização, mas também por questões de reorganização do setor, é importante fazer um balanço do passado de forma a perspetivar o futuro de modo fundamentado.

Esta abordagem teórica, organizada primeiramente por décadas, procura sistematizar marcos temporais e constituir um contributo para continuar a estudar a realidade mediática na qual a televisão se insere, tendo como objetivo equacionar as tendências vindouras a partir de um quadro retrospectivo. É uma perspetiva que visa

¹ João Santos (2000), João Cruz (2002), Manuel Pinto (2005), José Abrantes (2006), Vasco Teves (2007), Isabel Cunha (2008), José Rebelo (2008), Felisbela Lopes (2008), Vera Araújo (2009), Nuno Brandão (2010), Francisco Cádima (2011), Eduardo Torres (2011), entre outros.

avivar a memória de que a televisão tal como a conhecemos resulta de uma série de mudanças e continuidades e que a próxima fase do pequeno ecrã reclama uma atenção renovada.

O texto assenta em dados recentes produzidos no âmbito dos estudos televisivos portugueses e procura também introduzir uma visão internacional, em específico, no campo prospetivo. Convém, ainda, salientar que esta exposição se situa entre a década de 50 do século passado até à atualidade, sem ter o propósito de traçar a história aprofundada da televisão, mas enunciando as principais referências que nos permitem perceber que televisão temos hoje e como será o médium da próxima geração. Assim, o trabalho apresenta uma evolução cronológica organizada em três pontos: o panorama histórico, a caracterização e as tendências de evolução. Esta estrutura tem como propósito a apresentação organizada do tema, bem como facilitar a explanação do conhecimento. Importa ainda referir que, pela importância da temática, esta aproximação revela-se uma tentativa de compreensão da conjuntura que experienciamos na atualidade.

Neste sentido, procuramos neste texto, num primeiro momento, traçar um mapa da evolução histórica da televisão em Portugal para, numa segunda etapa focarmos a nossa atenção na caracterização do sistema televisivo português. Paralelamente atentamos nas tendências futuras de evolução do médium.

2. Panorama histórico da televisão em Portugal

Em Portugal os primeiros passos rumo à ideia de televisão são dados nos anos 50 do século XX quando começaram os estudos para a implantação de um serviço de televisão no território nacional e, finalmente, entre 4 e 30 de setembro de 1956 iniciaram-se as primeiras emissões experimentais da Radiotelevisão Portuguesa (RTP) a partir da feira popular de Lisboa. A Radiotelevisão Portuguesa, SARL surgiu como uma sociedade anónima de responsabilidade limitada com capital do Estado e de vários outros acionistas, entre os quais várias emissoras de radiodifusão privadas e capitais particulares de algumas instituições bancárias. Este período experimental caracterizava-se por apresentar uma programação baseada em filmes, música e revistas filmadas (Santos, 2007: 84). As primeiras emissões piloto desenvolveram ensaios técnicos e comunicacionais imprescindíveis para a implementação de um sistema de televisão em Portugal. Os primórdios da RTP fazem também sobressair a intervenção do Estado e, simultaneamente, a inclusão de publicidade², aspetos que marcaram o primeiro canal da emissora pública portuguesa até à atualidade e que têm condicionado

² Os estatutos que constituíram a RTP indicavam claramente a integração de publicidade (alínea b do artigo 3º do Decreto-Lei nº 40 341 de 15 de dezembro de 1955).

historicamente o perfil do canal em termos de relação estatal e de orientação comercial de programação (Torres, 2011).

Após esta etapa experimental, as emissões regulares ou oficiais da RTP, concessionária do serviço público de televisão, começaram a partir de 7 de março de 1957 (Teves, 2007), num contexto político de ditadura. Esta é uma época em que a televisão assume pretensões de instrução e distração. No entender de Eduardo Coelho (2006: 22) esta televisão tem poucas capacidades inventivas, limitando-se a transpor formas existentes, como a informação e a ficção. De destacar que é o teleteatro que sobressai por ser a pedra de toque da programação televisiva inicial (Teves, 2007)³. Nesta fase de arranque da televisão portuguesa estamos perante um serviço televisivo de monopólio estatal que condicionou fortemente a atividade da RTP. Observa Eduardo Torres (2011: 48-49) que a televisão antes do 25 de Abril de 1974, para além de promover uma «visão pastoral», funcionava como o «megafone do regime salazarista-marcelista». Similarmente Cádima (1999: 31) recorda que a RTP nos seus primeiros tempos foi «o principal porta-voz da política totalitária dos dois ditadores do Estado Novo». Verificamos, também, que só nos finais dos anos 1960 é que a emissão televisiva se processa a nível nacional e que o segundo canal da RTP só viria a surgir em 25 de dezembro de 1968. Igualmente importante nesta época é o surgimento de um programa que viria a constituir um ícone na história da televisão nacional, o *Zip-Zip*, emitido em 1969 com apresentação de Raul Solnado, Fialho Gouveia e Carlos Cruz. Este é, para Torres (2011: 50), o símbolo de «uma pequena revolução comunicacional» não só pelo formato (*talk show* humorístico gravado ao vivo), como pelo conteúdo (assuntos da atualidade da altura).

Avançando uma década, observamos que os anos 1970⁴, marcados pela queda do regime político totalitário vigente em Portugal com a Revolução do 25 de Abril de 1974, testemunham a nacionalização da RTP, após ocupação militar (Cádima, 1999: 31)⁵. Esta fase da televisão portuguesa acentua a programação de entretenimento (Torres, 2011) e, pela altura em que faz 20 anos, ganha destaque a transmissão da primeira telenovela brasileira, a *Gabriela* (1977) – uma adaptação a partir do romance de Jorge Amado – e a emissão do primeiro concurso televisivo inteiramente nacional A

³ O primeiro teleteatro apresentado pela RTP, em 11 de março de 1957, foi o *Monólogo do Vaqueiro*, realizado por Álvaro Benamor. Muitos outros se seguiram, como é o caso de *O Pedido de Casamento*, de Anton Tchekov (realizado por Artur Ramos em 25 de março 1957) ou *A Morgadinha de Vale d'Amores*, de Camilo Castelo Branco (realizado por Herlânder Peyroteo em 25 de junho 1957), entre outros (Teves, 2007).

⁴ A RTP Madeira iniciou as suas emissões regulares em 6 de agosto de 1972 e a RTP Açores só em 10 de agosto de 1975.

⁵ O Decreto-Lei nº 674-D/75 de 2 de dezembro de 1975 nacionaliza as posições sociais no capital da RTP que não pertenciam ao Estado surgindo, assim, a empresa pública RTP – Radiotelevisão Portuguesa, EP.

Visita da Cornélia (1977), conteúdos que também viriam a ficar na história da televisão em Portugal. Este momento é de tal forma importante que Isabel Cunha (2003) considera que estes dois programas significaram uma viragem na televisão em Portugal dando origem a uma sociedade focalizada no consumo mediático, sobretudo televisivo, que se mantém até hoje.

O início da década de 80 do século XX é marcado pelo começo das emissões a cores (7 de março de 1980) e testemunha ainda o surgimento das primeiras telenovelas portuguesas que despontam com *Vila Faia*, em 1982⁶. Este acontecimento vem acentuar o gosto do público português pelo formato telenovela, tendência que já vinha sendo confirmada pela constante presença das produções brasileiras nos ecrãs de televisão portugueses. Com efeito, após o sucesso obtido pelo visionamento da primeira telenovela brasileira no nosso país, «o serviço público de televisão RTP foi aumentando a exibição anual de telenovelas nos seus dois canais, à média de três a quatro telenovelas por ano» (Costa, 2003: 32). Cunha (2003) explica esta aceitação por motivos de identificação do público português com as temáticas e com os conteúdos e porque os espectadores da época veem na telenovela um agente de modernização. Aliás, Cunha (2003) alarga esta sua análise à televisão dos anos 1980 que, embora monopolizada, constitui-se, para a autora, como um elemento de modernização.

Seguindo o caminho de evolução histórica e, de acordo com a perspetiva de Rogério Santos (2007: 86), é de salientar que «na segunda metade da década de 80 e anos seguintes assistir-se-ia a uma profunda mudança na área dos media em Portugal». Numa altura em que a RTP ainda beneficiava da sua presença hegemónica, começaram a surgir em Portugal ecos europeus de necessidade de diversificação da oferta televisiva vindos de países onde predominavam as televisões estatais e onde os gostos se tornavam mais variados. Em vários países europeus este «foi o tempo de abertura a canais privados» (Torres, 2011: 52). Também em Portugal se evidenciam, nesta fase, necessidades de reorganização que culminam na segunda revisão constitucional de 1989, o que vem permitir o fim de vários anos de exclusividade estatal e a abertura da atividade de televisão ao setor privado (Cádima, 1999: 32).

Assistimos, nos anos 90 do século XX, ao aparecimento de dois canais de televisão privados em Portugal, a Sociedade Independente de Comunicação (SIC), que começou a operar em 6 de outubro de 1992, e a Televisão Independente (TVI), que realizou a sua primeira emissão em 20 de fevereiro de 1993. Como facilmente se compreende, este momento assinala uma viragem marcante no sistema televisivo português e faz com que a televisão adquira uma nova dimensão na sociedade portuguesa (Cunha, 2008: 6). Os operadores privados de televisão permitiram não só

⁶ O *remake* desta telenovela estreou no primeiro canal da RTP em março de 2008.

aumentar a oferta de programas, como introduziram modificações na forma de se fazer televisão no nosso país e estabeleceram uma relação de proximidade com o telespectador. Como recorda Felisbela Lopes (2007a: 7), a estação de Carnaxide (SIC) começou por apresentar um noticiário onde pela primeira vez se deixava «ver a zona de retaguarda das notícias: o lugar onde elas são fabricadas» e mais tarde a TVI, transformando o cidadão comum no protagonista do entretenimento televisivo (*Big Brother*, 2000), conquistava as audiências para um novo tipo de programação. Na televisão pública verifica-se que a RTP1 opta por uma «estratégia comercial mais agressiva» (Cádima, 2011: 79), enquanto o canal 2 aprofunda o carácter de «complemento cultural para "minorias qualificadas"» (Idem, *Ibidem*).

Na década de 1990 verificou-se também o surgimento da RTP Internacional (10 de Junho de 1992) e mais tarde da RTP África (7 de janeiro de 1998), projetos que pretendiam alcançar as comunidades portuguesas além fronteiras e países africanos de língua oficial portuguesa⁷. Igualmente relevante na década de 1990 é a assinatura dos contratos de concessão do serviço público de televisão entre o Governo e a RTP, primeiro em 1993 e depois em 1996, que permitiram assegurar uma televisão de serviço público. Outro acontecimento que marca os anos 90 do século XX em Portugal é o lançamento da televisão por cabo, cujas emissões experimentais tiveram início em 1994, permitindo, assim, aumentar a oferta de serviços de televisão em território nacional. Surgiram, deste modo, diversos canais temáticos e a paisagem televisiva portuguesa ampliou a sua realidade. Para além dos dois canais generalista públicos, começaram a emitir em sinal aberto dois operadores privados e vários outros canais sob a forma de *pay tv*. A era da concorrência evidencia-se, intensificando a luta pelas audiências por parte dos canais generalistas que procuraram apostar em propostas populares que pudessem conquistar público, fossem essas ofertas programas *made in Portugal* ou formatos importados. Por outro lado, as grelhas desta época centram-se na concorrência entre as estações rivais e na sujeição a contenções orçamentais (Cunha, 2003). Em termos de programação generalista, os anos 90 do século XX são marcados por espaços informativos, concursos, comédias televisivas, entretenimento, séries e telenovelas.

Esta é, todavia, uma altura conturbada para a televisão em Portugal⁸ que viria a culminar, a partir de 2000, numa alteração do panorama televisivo. Com efeito, a RTP, ao acumular prejuízos e vivendo uma perda acentuada de audiências, é reestruturada em

⁷ Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe.

⁸ Perturbação que se caracteriza, segundo Isabel Cunha e Catarina Burnay (2006), pela crise da nova economia, onde o grupo detentor da SIC tinha investido os lucros do canal, pela transição da propriedade da TVI para o Grupo Media Capital e pelo início da contenção de gastos do Estado Português com a RTP.

2002-03, através do programa Fénix⁹; a TVI, da Media Capital, passa a ser controlada pelos espanhóis do Grupo Prisa e a SIC, pertença do Grupo Impresa, procura recuperar o papel de liderança que entretanto perdera para a TVI no horário nobre (Cunha & Burnay, 2006)¹⁰. Em março de 2002, o Governo português manifestou o intuito de privatizar um dos canais da RTP e é na sequência desta conjuntura que se verifica a manutenção da RTP1 como canal público de perfil generalista, enquanto a RTP2 assume um novo conceito, para se aproximar de um espectador mais culto, e é aberta à participação da sociedade civil. Surge a "2:" (Borges, 2006). Porém, esta foi apenas uma fase transitória, voltando a "2" posteriormente a ser denominada RTP2.

A primeira década do milénio acentua o clima concorrencial entre as estações e a subordinação das grelhas ao fator rentabilização. Acentua-se a concorrência entre os operadores privados e a RTP1. A tática passa pelo alargamento do *prime-time* e pela aposta em telenovelas, sobretudo portuguesas.

Em 7 de março de 2007 comemoraram-se os 50 anos de existência de emissões televisivas regulares em Portugal e, em 2008, já se encontrava em preparação a implementação da Televisão Digital Terrestre (TDT), que previa o surgimento de um novo canal generalista em sinal aberto, facto que não se veio a verificar porque ambas as candidaturas a concurso¹¹ foram rejeitadas pelo organismo regulador dos média em Portugal (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, ERC).

Em 29 de abril de 2009 iniciaram-se as emissões em TDT no território português, devendo a cobertura ser gradualmente alargada a todo o país em 2011, para que, em 2012, a teledifusão analógica esteja desligada em todos os países da União Europeia. De notar, fundamentando-nos em Célia Quico (2003: 8), que «a transição do analógico para o digital permite não só a transmissão de mais canais digitais na mesma largura de banda ocupada por um só canal analógico, como também permite a difusão de serviços digitais e interativos». No entanto, conforme apontam Lopes, Phillipe Vieira & Luís Loureiro (2011: 26), apesar da televisão digital existir como tecnologia, o uso das suas potencialidades, nomeadamente a interatividade, é ainda uma possibilidade

⁹ Perante um cenário de crise de identidade, de estratégia, de organização e de integridade, que se traduziu numa situação extremamente complicada para a RTP, em termos de decréscimo de audiência, crise financeira acentuada, situação de falência técnica, custos operacionais elevados, organização sobredimensionada e pouco eficiente, instabilidade de gestão, incumprimento das obrigações de serviço público (pela concorrência direta com os operadores privados e reproduzindo mimeticamente a sua programação), verificou-se, em janeiro de 2003, a implementação do Programa Fénix, um plano de ação com vista a reestruturar a RTP a vários níveis (Portugal, Fénix, 2003).

¹⁰ Em 2001 a TVI era líder de audiência em horário nobre (20h - 23 horas) e em receitas publicitárias (Ferreira, Reis & Santos, 2011: 6) e em 2005 assumiu a liderança das preferências dos portugueses *all day*.

¹¹ A *Zon Multimédia* e a *Telecinco*, S.A.

remota, «o que torna difícil anunciar uma terceira fase da TV» nas emissões televisivas dos canais generalistas portugueses.

Assim, numa circunstância histórica em que a diversificação da oferta não conduziu a uma variação qualitativa na programação dos canais generalistas, esta transição para o digital, com a consequente promessa de inovação e interatividade, enceta expectativas sobre a evolução da televisão em Portugal.

Mais recentemente, com a possibilidade de liquidação de um dos canais da RTP, emerge uma antiga questão que visa centralizar o serviço público de televisão num único canal generalista, fazendo sobressair a indagação para aferir se é possível o mercado publicitário português suportar três canais generalistas privados e lançando para debate o questionamento acerca do modelo de funcionamento que deverá sustentar a futura televisão pública portuguesa. Este novo cenário implica alterações significativas no mercado dos média em Portugal e enfatiza a necessidade de refletir sobre o contexto audiovisual que se aproxima.

3. Caracterização do sistema televisivo português

O sistema de televisão em Portugal, após ter passado por um período de monopólio público das emissões e na sequência de transformações tecnológicas, económicas, político-legais e sociais (Traquina, 1997: 16), entrou definitivamente na era concorrencial com o surgimento de outras opções. É, por conseguinte, uma fase que Santos (2007: 80) caracteriza como sendo a época da «desregulamentação» que transforma as audiências em «público-alvo» e cujo financiamento da atividade televisiva é efetuado «basicamente através da publicidade». Coelho (2006: 22) considera que o aspeto fundamental desta etapa é a fragmentação do fenómeno televisivo, ou seja, uma oferta mais ampla de canais emissores e consequente dispersão do público recetor.

Em termos retrospectivos constatamos que, entre os anos 1992 e 2007, se verificou em Portugal a chegada da SIC à liderança das audiências em 1995, pouco tempo depois de começar a emitir, conquistando o lugar que pertencia à RTP1, posição que o operador privado viria, no entanto, a perder para a TVI alguns anos mais tarde, primeiro no horário nobre (2000-2001) e depois em moldes absolutos (2005). Neste âmbito merece realce, conforme enfatizámos, o facto das televisões privadas terem vindo modificar a forma de se fazer televisão em Portugal. Esta transformação verificou-se não só ao nível dos conteúdos como dos «géneros, protagonistas, estilo visual, dinamismo, grafismo e relação com as audiências» (Torres, 2011: 52). Toda esta dinâmica constituiu uma novidade para a televisão pública que, não só perdeu a liderança da preferência da maioria dos portugueses, como entrou numa estratégia de concorrência com os privados, embora com alguns anos de atraso e necessidades de

adaptação. É importante notar que esta primeira alteração na liderança das audiências se deveu em grande parte à estratégia enérgica e de proximidade da SIC, mas também a um acordo estabelecido com a Rede Globo para transmissão exclusiva das suas telenovelas, género que, como vimos, agrada praticamente desde 1977 às audiências nacionais (Cádima, 2011). No que diz respeito à segunda alteração na liderança das audiências televisivas em Portugal, vale a pena salientar o papel fulcral do programa *Big Brother* (2000) um *reality-show* que, segundo Lopes (2007b), mapeou o horário nobre televisivo no sentido em que esta "novela da vida real" serviu de âncora para a preponderância crescente das telenovelas portuguesas no horário nobre e implicou uma reconversão do *prime-time* das outras estações portuguesas de televisão.

Em 2008, segundo dados da Marktest (2011), a TVI assumiu a liderança das audiências televisivas em todos os meses do ano, estando a SIC e a RTP1 bastante próximas, disputando consecutivamente o segundo e o terceiro lugar. Os canais por cabo surgem posicionados a seguir aos três canais generalistas e, em último lugar no consumo televisivo, está a RTP2. Em 2009 este panorama persiste, ou seja, a TVI continua a ser a estação preferida dos portugueses, a RTP1 terminou o ano em segundo lugar e a SIC ocupa a terceira posição, confirmando-se a primazia das emissoras generalistas TVI, RTP1 e SIC sobre o cabo e mantendo-se a RTP2 em último lugar¹². Em 2010, a preferência pelos três canais generalistas em Portugal manteve-se (Marktest, 2011)¹³. O público da TVI é mais feminino, mais intergeracional e inclui menor percentagem de indivíduos com formação superior; o espectador da SIC é o mais escolarizado, o mais jovem e o mais equilibrado na relação homem/mulher e o recetor da RTP1 é o menos escolarizado, o mais velho e o mais masculino (Rebello, 2008). Relativamente ao tempo médio de visionamento televisivo em Portugal observamos que, em 2010, se verificou um consumo televisivo diário de 209 minutos por pessoa, ou seja, cada português viu em média por dia, em casa, exatamente 3 horas 29 minutos e 46 segundos de TV (Marktest, 2011). No que concerne ao perfil de espectador português notamos que os maiores consumidores de televisão, no ano de 2010, se situam na região Sul do país, são de classe social baixa, maioritariamente do sexo feminino, com mais de 64 anos e, em especial, donas de casa (Marktest, 2011).

Desde que começou a operar, em 1993, até ao ano 2000, a programação da TVI foi sobretudo importada. Com a entrada no novo milénio, o canal mudou de

¹² Tendo por base dados da Marktest-Audimetria/ Mediamonitor (2011), as audiências de televisão em Portugal durante o ano de 2009 distribuíram-se da seguinte forma: decorrido o ano de 2009 a TVI, que já ocupava o primeiro lugar, liderou o *share* de audiência com 28.7%. A segunda posição voltou para a RTP1 que alcançou 24.0% (mas em janeiro, junho e julho esse lugar foi ocupado pela SIC) e em terceiro lugar posicionou-se a SIC com 23.4%. O "canal" cabo/outros canais obteve 18.2%. Em último lugar situou-se a RTP2 com 5.8% de *share*.

¹³ TVI 27.4% de *share* de audiência, RTP1 24.2%, SIC 23.4 %, Cabo/outros canais 19.7% e a RTP2 5.3% de *share*.

estratégia e começou a apresentar mais ficção nacional. Por outro lado, esta estação privada investiu igualmente em programas infantis, em mais informativos e em *reality shows*. Atualmente a produção portuguesa, sobretudo de telenovelas, assume especial relevância na TVI.

Em relação à SIC, de assinalar que o estabelecimento do acordo de exclusividade entre este operador privado e a Rede Globo fez com que, até 1999, a grelha de programas da SIC fosse, em grande parte, composta por telenovelas brasileiras. Em termos de produção nacional a grande aposta da SIC começou com a apresentação de um conjunto de *reality shows*, porém rapidamente o canal começou a diversificar os géneros, compondo um alinhamento de produtos que vão desde *sitcoms*, *talk shows*, informativos, telenovelas, concursos, e algumas séries.

No que concerne à televisão pública portuguesa, para além da programação importada e dos diversos géneros de produção nacional que já referimos para os outros canais privados, como os espaços informativos, concursos, comédias televisivas, entretenimento, séries e telenovelas, a RTP1 destaca-se também pela apresentação de algumas minisséries, sobretudo de época¹⁴.

Confirmando uma tendência que se delineava desde 2000-2001 a paisagem televisiva generalista portuguesa atual caracteriza-se fundamentalmente pela primazia dada à função de entretenimento, com um acréscimo substancial do número de horas de ficção, em especial telenovelas brasileiras e portuguesas. Em 2010 os folhetins eletrónicos nacionais da TVI mantinham-se na liderança dos quinze programas com maior audiência (Marktest, 2011). No âmbito deste quadro há sobretudo que realçar que o modelo de programação das televisões generalistas se tornou cada vez mais semelhante, competindo através de conteúdos *light* (Cádima, 2006) e populares, recorrendo a «constantes repetições de programa» (Torres, 2011: 59) e revelando dificuldades de inovação. Até mesmo o serviço público de televisão investiu, como vimos, num paradigma mais comercial, não apresentando uma programação alternativa às privadas.

Importa ainda realçar que, neste contexto mediático audiovisual, a televisão generalista posicionou-se sempre à frente do cabo. A TVI é, conforme constatámos, desde 2005, o canal de televisão mais visto em Portugal ao nível de *share all day* (Ferreira, Reis & Santos, 2011: 6). No entanto esta situação está a sofrer alterações e, apesar da oferta generalista usufruir ainda de um grande poder de atração devido à sua função de «cimento social» (Torres, 2011: 12), dados recentes indicam uma tendência para um maior consumo de cabo e que «a televisão generalista continuará

¹⁴ A título de exemplo podemos referir: *O Processo dos Távoras* (2001), *A Ferreirinha* (2004), *João Semana* (2005), *Bocage* (2006), *Quando os Lobos Uivam* (2006), *O Dia do Regicídio* (2008) ou *República* (2010), entre outras.

inevitavelmente a perder público» (Cádima, 2011: 9). Em 2011 esta propensão começa a evidenciar-se verificando-se um crescimento gradual do cabo que, em fevereiro, abril e junho de 2011, atingiu o segundo lugar nas preferências dos portugueses, logo a seguir à TVI, e alcançando a liderança das audiências em julho, agosto e setembro de 2011 (Marktest, 2011)¹⁵.

Atualmente, o panorama audiovisual português oferece aos telespectadores um sistema televisivo que se caracteriza pela coexistência de televisões públicas e privadas em sinal aberto¹⁶, pela existência de televisão por cabo com possibilidade de acesso a diversos canais, entre os quais se incluem os temáticos, e acesso a múltiplas emissões televisivas disponibilizadas por satélite através de antenas parabólicas, verificando-se, assim, que a televisão se tornou mais fragmentada, não só em termos de oferta, como no que diz respeito ao público espectador. Constatam-se ainda a disponibilização de conteúdos televisivos pelas plataformas online. Por outro lado, emergem novos meios que dividem a atenção do espectador para outro tipo de ecrãs, como é o caso dos canais regionais na internet (dos quais podemos nomear *Minho Atual TV* e *TV Beja*) e os canais que se caracterizam por serem específicos para plataformas móveis (TV Móvel), como a *RTP Mobile*. Entramos, desta forma, numa fase de «pós-televisão» (Santos, 2007: 80) ou «a época dos pequenos canais especializados e de audiência reduzida, hiperfragmentados, onde o espectador quase atinge a possibilidade de ser programador daquilo que vê» (Idem, *Ibidem*).

Rita Cheta (2007: 2) referindo-se, de uma forma geral, ao consumo do audiovisual em Portugal constata que este está em plena mutação, sendo a transformação motivada por novas possibilidades de consumo, visionamento e interação proporcionada pelos novos média. O consumo mediático atual caracteriza-se essencialmente pela personalização, privatização e interatividade (Cheta, 2007: 4). Loureiro (2008: 330) fala em «*egocasting*»¹⁷ para se referir a uma nova fase de convergência e hipermodernidade em que a televisão tende a integrar características dos meios interativos e do consumo da internet e onde o indivíduo se transforma em

¹⁵ Segundo dados da Marktest Audimetria/ MediaMonitor, em fevereiro de 2011, a TVI obteve 26.9% de *share* de audiência, o cabo e outros canais 23.4%, a SIC e a RTP1 obtiveram 22.9% e a RTP2, 3.9%. Em abril de 2011, a TVI obteve 25.8% de *share* de audiência, o cabo e outros canais 24.6%, a SIC alcançou 23.2%, a RTP1 obteve 21.5% e a RTP2, 4.8%. Em junho de 2011, a TVI obteve 25.1% de *share* de audiência, o cabo e outros canais 24.1%, a SIC alcançou 23.7%, a RTP1 obteve 22.4% e a RTP2, 4.8%. Nos meses de julho, agosto e setembro de 2011 as audiências repartiram-se do seguinte modo: julho: Cabo 25.8% de *share* de audiência, TVI 24.7%, SIC 23.7%, RTP1 20.1% e RTP2 5.6%; agosto: Cabo 30% de *share*, SIC 21.3%, RTP1 20.6%, TVI 20% e RTP2 5.2%; setembro: Cabo 29.1% de *share*, TVI 25%, SIC 22.2%, RTP1 19% e RTP2 4.7% (Marktest, 2011).

¹⁶ Vários canais generalistas de acesso nacional gratuito, públicos e privados: a RTP1, a RTP2 e os privados SIC e TVI.

¹⁷ Conceito de Christine Rosen (2005), referindo-se a «um mundo onde exercemos um controlo sem precedentes sobre o que vemos e o que ouvimos» (Rosen, citada por Loureiro, 2008: 327).

produtor, recetor e utilizador. Neste sentido, Loureiro (2008) destaca, na senda de Carlos Scolari (2008), que a televisão atual caminha no sentido da hipertelevisão, uma evolução capaz de conjugar «a televisão generalista, geradora de comunhão social, participação democrática e identidade partilhada» (Loureiro (2008: 331) e outras referências que permitem aos indivíduos «desenhar um caminho totalmente autónomo, independente e individualizado» (Idem, Ibidem). Fala-se igualmente de «híbrido pós-televisivo» (Cádima, 2011: 9) e de «era pós-generalista» (Torres, 2011: 38).

Neste sentido, a contemporaneidade televisiva em Portugal deixa transparecer uma sociedade que mantém com a televisão generalista um laço tradicional e, simultaneamente, «revela o apetite pela fragmentação» (Torres, 2011: 43). Sobretudo as novas gerações, num contexto social onde a oferta multimidiática é variada, são os protagonistas de uma nova forma de ver televisão, que é cada vez mais multitarefa (Cardoso, Espanha & Lapa, 2009). Tendo em conta a segmentação do público e a concorrência enunciada do cabo, do satélite, do *online*, bem como a diversificação dos tipos de ecrãs e a interatividade, verificamos que as consequências para a televisão generalista são a perda gradual de telespectadores e a busca de modelos apropriados a uma nova procura (Cardoso, Vieira & Mendonça, 2011). Por outro lado, numa altura em que se fala de alienação de um canal da RTP e do conseqüente surgimento de um novo canal generalista privado, as emissoras generalistas preocupam-se com as audiências, com questões de investimento publicitário e ofertas de programação. Discute-se também o paradigma de funcionamento que deverá sustentar a futura televisão pública portuguesa e se o operador público de televisão resultante da reestruturação da RTP deverá manter receitas publicitárias. O contexto atual é de mudança, não só pelas possibilidades tecnológicas, como pela emergência de um novo perfil de espectador e ainda pela conjuntura político-económica.

4. Tendências e perspetivas de evolução

No panorama atual de transformação tecnológica motivada pela televisão digital e pela difusão *online*, a televisão generalista portuguesa insere-se num novo quadro de oferta e de consumo. Daí que, de acordo com Gustavo Cardoso, Jorge Vieira e Sandro Mendonça (2011: 4), «a televisão poderá ser definida hoje pelos seus múltiplos ecrãs, por onde, na generalidade, se difundem conteúdos idênticos mas em graus de qualidade e facilidade de acesso diferentes». Esta mutação impõe não só uma alteração de um paradigma linear para um modelo interativo nas televisões generalistas, mas também uma adaptação e presença marcada no *online*. Como salienta Torres (2011: 21) «os operadores generalistas de TV procuram novas áreas de negócio, criando canais temáticos, *sites*, *merchandising* e interatividade». Novas experiências de consumo implicam uma conversão e adaptação da oferta que deverá ajustar-se a um

utilizador cada vez mais ativo e participativo, que desenha a sua própria grelha de programação, pois como lembra Cádima (2011: 13) «qualquer telespectador é, cada vez mais, um programador».

Num horizonte não muito longínquo a televisão irá assumir-se como um disseminador de conteúdos passíveis de serem consumidos (partilhados, transformados) em variados tipos de ecrãs e remeterá para diferentes formas de visionamento. Como evidencia Torres (2011: 43) a televisão caminha «de um *medium* de canais» para «um *medium* de conteúdos (e de busca)». A prática televisiva que se perspetiva anuncia como base de sustentação a transversalidade, no sentido em que deve permitir que o mesmo produto possa ser consumido em diversos suportes, ajustando-se aos mesmos e proporcionando experiências diversas conforme a intencionalidade de cada recetor e estratégias de comunicação específicas. O grande desafio será ao nível da produção de conteúdos que deverá responder às exigências dos espectadores e adaptar-se às novas potencialidades do médium, assim como às múltiplas plataformas de difusão, ou seja, «os conteúdos têm de renovar-se para servir novos públicos» (Torres, 2011: 30). Com o inevitável acentuar da fragmentação das audiências, é convicção de Cádima (2011: 21) que a «TV generalista terá de entrar mais pelo entretenimento» para além de reforçar a inovação interativa e apostar no *transmedia storytelling* (Jenkins, 2003) ou na «dispersão coordenada por vários média dos elementos de uma ficção com finalidade de criar uma experiência de entretenimento unificada e combinada» (Cardoso, Vieira & Mendonça, 2011: 47).

Em termos prospetivos, é importante acentuar que apesar do impacto das novas tecnologias na sociedade portuguesa, a televisão não perde preponderância e continua a ocupar um lugar de centralidade na vida dos portugueses «tanto numa perspetiva de bem de consumo, de negócio audiovisual ou de influência social» (Idem: 8). Do mesmo modo, no âmbito das previsões para 2011 nos setores de tecnologia, media e telecomunicações a Deloitte (Lee & Stewart, 2011: 20) previa que «television will solidify its status as the current super media, defying some commentators' prophecies of imminent obsolescence». Para além disso, a mesma fonte sublinha que esta trajetória de sobrevivência deverá prolongar-se para além de 2011, pois «television's overall trajectory looks to be strong in 2011 and, most likely, for a few years beyond» (Idem: 21). O facto de a televisão também estar na internet é uma oportunidade de negócio pois a multiplicação da televisão por variados tipos de ecrã potencia o seu visionamento também no formato tradicional. Sharon Ross (2008) faz notar que a televisão está cada vez mais entrelaçada com a internet e que esta ligação tem incorporado crescentemente a "teleparticipação" no âmbito do *storytelling* televisivo. Daí que «as tecnologias parecem não ser concorrentes podendo mesmo ser complementares entre si, permutando-se e adequando-se às diferentes contingências e disposições do quotidiano»

(Cardoso, Vieira & Mendonça, 2011: 20). A propensão é para que a televisão evolua de uma espécie de "espelho" para um médium participativo, pois, como salienta Victor Sandoval (1995: 103) «De miroir, la télévision pourrait alors devenir un outil précieux de convivialité, de communications, d'ententes, d'échanges, en un mot, d'humanité». À medida que um novo ambiente cultural se solidifica, a grande preocupação da indústria televisiva será gerir as expectativas dos recetores e desenvolver conhecimentos mais precisos sobre as audiências emergentes (Jenkins, 2006). Para Henry Jenkins (2006: 244) «the biggest change may be (...) consumption as a networked practice»

De uma forma geral, «os operadores generalistas tenderão a "pensar multimédia"» (Torres, 2011: 63) e deverão constituir uma alternativa credível. E embora a multiplicidade de ecrãs da era digital indique uma tendência de «queda dos generalistas» (Idem: 68), Taigto Hujanen (2008: 71) destaca que «they have a key role to play in the promotion of the digital services» e, para além disso, as emissoras generalistas desempenham um papel social fundamental, pois «their broad mixture of content and audience is necessary if one wants to maintain the minimum amount of social coherence in the increasingly fragmented public sphere of modern society» (Hujanen, 2008: 71).

No que concerne à televisão pública generalista, concentrando-se esta num único canal, deverá, segundo entendimento de Cádima (2011: 98), apostar «num modelo qualitativamente mais exigente e rigoroso» e pautar-se por conteúdos que sejam claramente distintos das ofertas comerciais. Também para Torres (2011: 86) o operador público deve concentrar-se em apresentar «conteúdos indisponíveis nos outros canais» e oferecer uma programação alternativa à TV comercial. No entender da mesma fonte, o serviço público de televisão deve centrar-se na produção de programas de qualidade e enveredar por uma «filosofia da primazia dos conteúdos» (Torres, 2011: 91). A interatividade é, ainda, uma oportunidade subaproveitada (Lopes, Vieira & Loureiro, 2011), mas a tendência será para a sua assimilação, assim como as possibilidades tecnológicas permitidas pelo digital.

Estamos, portanto, num ponto de viragem onde ainda não há certezas sobre a configuração do panorama televisual generalista português. Por outro lado, também permanece no capítulo das previsões o questionamento sobre que novas ofertas a televisão digital vai proporcionar aos telespectadores e como vai o público recetor atuar perante as oportunidades de interação. Continuando um processo de evolução histórica que remonta aos anos 50 do século passado, a televisão generalista portuguesa terá de se adaptar às mudanças que se preveem para o setor televisivo e responder ao desafio da digitalização, atraindo o espectador múltiplo contemporâneo por estratégias de reinvenção televisiva (Cardoso, Vieira & Mendonça, 2011: 54), criando novos formatos

híbridos disponíveis para várias plataformas e não descurando a realidade das redes sociais.

5. Considerações finais

Verificámos que ao longo dos seus 54 anos de emissões regulares, a televisão generalista portuguesa sofreu um processo de evolução que resulta, em 2009, no início da substituição gradual da teledifusão analógica pela nova tecnologia de difusão em sinal digital (TDT), para além da extensão da sua presença ao universo do *online* e ao das plataformas móveis, onde, cada vez mais, a geração do *download* procura rapidez, diversidade e partilha. Trata-se, portanto, de uma longa história que testemunha o surgimento de outros canais e outras modalidades de distribuição e consumo que permitem uma maior escolha e ir de encontro ao pluralismo essencial numa vivência em democracia. De acordo com o barómetro da Obercom (Lima, 2011) ambas as modalidades de televisão na internet e televisão no telemóvel são produtos que tendem a crescer no consumo dos portugueses em 2012.

Assim, num ambiente de forte inovação tecnológica, a televisão generalista procura adaptar-se aos novos hábitos de consumo de um público espectador que dispersa a atenção para outro tipo de ecrãs, como o computador e o telemóvel. Também as previsões da Deloitte (Lee & Stewart, 2011) sublinham que a televisão deverá manter a supremacia e insistir na sua reinvenção enquanto meio de comunicação.

A televisão generalista continua a marcar presença na vida dos portugueses, o seu consumo entre os mais novos assume novos moldes e, numa estratégia de sobrevivência, o médium deverá apostar na inovação, adaptação e variedade. Há espaço para vários modelos de uso numa perspetiva de satisfazer o equilíbrio e a diversidade ou as necessidades daqueles que buscam um consumo mais tradicionalista e as daqueles que preferem uma escolha mais ativa e individual, pelo menos num futuro a médio prazo.

Para além disso, prevê-se que num cenário próximo (até 2012 segundo diretrizes da União Europeia) a Televisão Digital Terrestre permita aos telespectadores portugueses mais qualidade, maior quantidade de canais e mais variedade de programas, havendo, todavia, necessidade da televisão generalista se “reinventar” para responder aos desafios emergentes do novo mundo da tecnologia digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrantes, José Carlos (Coord.). (2006). *Ecrãs em mudança: Dos jovens na internet ao provedor da televisão*. Lisboa: Livros Horizonte.

- Araújo, Vera (2009). *A sociedade em rede em Portugal 2008: A experiência televisiva na sociedade em rede*. Lisboa: Obercom.
- Borges, Gabriela (2006). *Televisão e cidadania: a participação da sociedade civil na 2: portuguesa*. [Consultado em 12, Maio 2011]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/borges-gabriela-televisao-e-cidadania.pdf>.
- Brandão, Nuno Goulart (2006). *Prime time*. Lisboa: Casa das letras.
- Brandão, Nuno Goulart (2010). *As notícias nos telejornais*. Lisboa: Guerra & Paz.
- Brown, Allan & Picard, Robert G. (Eds.). (2008). *Digital terrestrial television in Europe*. New York: Routledge.
- Cádima, Francisco Rui (1999). *Desafios dos novos media, a nova ordem política e comunicacional*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Cádima, Francisco Rui (2006). *A televisão 'light' rumo ao digital*. Lisboa: Media XXI.
- Cádima, Francisco Rui (2011). *A televisão, o digital e a cultura participativa*. Lisboa: Media XXI.
- Cardoso, Gustavo, Espanha, Rita, & Lapa, Tiago (2009). *Do quarto de dormir para o mundo: Jovens e media em Portugal*. Lisboa: Âncora Editora.
- Cardoso, Gustavo, Vieira, Jorge, & Mendonça, Sandro (2011). *Ecrãs em rede. Televisão. Tendências e prospectivas*. Lisboa: Obercom.
- Cardoso, Luís Landerset (Coord.). (2006). *Portugal audiovisual – Base de dados intersectorial da convergência audiovisual/ multimédia em Portugal*. Lisboa: Obercom.
- Cheta, Rita (2007). *Cinema em ecrãs privados, múltiplos e personalizados. Transformação nos consumos cinematográficos*. [Consultado em 20, Abril 2011]. Disponível em: http://www.obercom.pt/client/?newsId=29&fileName=rr6_2.pdf.
- Coelho, Eduardo Prado (22, Setembro 2006). Para Onde Vai a Televisão? *Público*, p. 22.
- Costa, Jorge Paixão da (2003). *Telenovela: Um modo de produção – O caso português*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Cruz, João Cardoso da (2002). *Introdução ao estudo da comunicação*. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa.
- Cunha, Isabel Ferin & Burnay, Catarina (2006). *Ficção televisiva em Portugal*. [Consultado em 20, Junho 2011]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ferin-isabel-burnay-catarina-ficcao-televisiva-portugal.pdf>.
- Cunha, Isabel Ferin (2003). *As telenovelas brasileiras em Portugal*. [Consultado em 18, Junho 2011]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-isabel-ferin-telenovelas-brasileiras.pdf>.
- Cunha, Isabel Ferin (2008). *Ficção televisiva e entretenimento*. Actas do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal: Brasil [CD-ROM].
- Cunha, Isabel Ferin (2011). *Memórias da Telenovela - Programas e Recepção*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Espanha, Rita & Lapa, Tiago (2007). *E-generation: Os usos dos media pelas crianças e jovens em Portugal*. [Consultado em 7, Abril 2011]. Disponível em: <http://cies.iscte.pt/destaques/documents/E-Generation.pdf>.
- Ferreira, Manuel, Reis, Nuno, & Santos, João (2011). *TVI: O turnaround até à liderança de audiências*. Leiria: Instituto Politécnico de Leiria, Center of Research in International Business & Strategy.
- Hujanen, Taigto (2008). Implications for public service broadcast. In Allan Brown & Robert G. Picard (Eds.), *Digital terrestrial television in Europe*. New York: Routledge. Pp. 51-76.
- Jenkins, Henry (2003). *Transmedia storytelling*. Technology Review. MIT. [Consultado em 2, Julho 2011]. Disponível em: <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/>.
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence culture, where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Lee, Paul & STEWART, Duncan (2011). *Technology, media & telecommunications predictions 2011*. London: Deloitte Global TMT.
- Lima, Tiago (2011). *Barómetro media e comunicação: Tendências*. Lisboa: Obercom.
- Lopes, Felisbela (2007a). *2006: o ano da renovação administrativa das licenças da SIC e da TVI*. [Consultado em 12, Julho 2011]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-felisbela-licencas-tv-2007.pdf>.

- Lopes, Felisbela (2007b). Novos rumos no audiovisual português: o reflexo do *Big Brother* na informação televisiva. In Manuel Pinto & Helena Sousa (eds.), *Casos em que o jornalismo foi notícia*. Lisboa: Campo das letras.
- Lopes, Felisbela (2008). *A TV do real. A televisão e o espaço público*. Coimbra: Minerva.
- Lopes, Felisbela, Vieira, Phillipe, & Loureiro, Luís Miguel (2011). A TV do Mundial. *Observatorio (OBS*) Journal*, vol.5, nº2: Pp. 23-39.
- Loureiro, Luís Miguel (2008). Convergência e hipermodernidade: emerge a TV do ego. *Revista PRISMA.COM*, 7: Pp. 315-338.
- Markttest. (2010). *Uma década de audiências em Portugal: 2000-2009*. Lisboa: Grupo Markttest [PDF].
- Markttest. (2011). *Audiências de televisão*. [Consultado em 12, Julho 2011]. Disponível em: <http://www.markttest.com/wapl/>.
- Pinto, Manuel (2005). *Televisão e cidadania*. Lisboa: Campo das Letras.
- Portugal. Presidência do Conselho de Ministros. (2003). *Programa “Fénix” de reestruturação da RTP*. [Consultado em 20, Maio 2011]. Disponível em: <http://www.portugal.gov.pt/pt/Documentos/Governo/PCM/Fenix.pdf>.
- Quico, Célia (2003). *“It came from outer space”: jogos de computador invadem programação e serviços de televisão digital*. [Consultado em 20, Maio 2011]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/quico-celia-jogos-de-computador-televisao-digital.pdf>.
- Quico, Célia (2008). Participação nos media e os jovens dos 12 aos 18 anos: estudo de avaliação de um formato ‘cross-media’. *Revista PRISMA.COM*, 6: Pp. 75-111.
- Rebelo, José (Coord.). (2008). *Os públicos dos meios de comunicação social portugueses*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Ross, Sharon Marie (2008). *Beyond the box: television and the internet*. Malden: Blackwell Publishing.
- Santos, João de Almeida (2000). *Homo zappiens: o feitiço da televisão*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Santos, Rogério (2007). *Indústrias culturais: imagens, valores e consumos*. Lisboa: Edições 70.
- Scolari, Carlos (2008). La Estética Posthipertextual. In Dolores Romero López & Amelia Sanz Cabrerizo (eds.), *Literaturas del texto al hipermedia*. Rubí: Anthropos. Pp. 318-331.
- Teves, Vasco Hogan (2007). *RTP 50 anos de história: 1957-2007*. [Consultado em 13, Abril 2011]. Disponível em: <http://ww2.rtp.pt/50anos/50Anos/Livro/>.
- Torres, Eduardo Cintra (2011). *A televisão e o serviço público*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Traquina, Nelson (1997). *Big Show Media*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Vara, Armando (2002). Sessão de Abertura do Seminário Internacional sobre Media, Jornalismo e Democracia. In Vários. *Media, Jornalismo e Democracia*. Lisboa: Livros Horizonte. Pp. 27-30.
- Wolton, Dominique (2000). *E depois da Internet?* Lisboa: Difel.

Recebido: 20 de julho de 2011.

Aceite: 4 de dezembro de 2011.