

De olho na notícia

Coordenação: Dora Santos Silva, Fátima Lopes Cardoso e Liliâne de Lucena Ito



De olho na notícia

Dora Santos Silva
Fátima Lopes Cardoso
Liliane de Lucena Ito
(Coordenadoras)

Ria Editorial - Comit  Científico

Abel Suing (Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL, Equador)
Adriana Pierre Coca (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil)
Alfredo Caminos (Universidad Nacional de Córdoba - UNC, Argentina)
Alice Fátima Martins (Universidade Federal de Goiás - UFG, Brasil)
Ana Paula Goulart de Andrade (Eco-UFRJ/PPGMC-UFF /Facha /Unilasalle, Brasil)
Ana Sede o (Universidad de Málaga, Espanha)
Andrea Versuti (Universidade de Brasília - UnB, Brasil)
Caroline Kraus Luvizotto (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Claudia Ardini (Universidade Nacional de Córdoba, Argentina)
Cláudia Assis (Universidade Federal do Amapá, Brasil)
Daniela Fantoni Alvares (Universidade dos Açores, Portugal)
Denis Ren  (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Diana Rivera (Universidad Técnica Particular de Loja, Equador)
Diego Bonilla (California State University – Sacramento, EUA)
Dora Santos Silva (Universidade Nova de Lisboa, Portugal)
Dorival Campos Rossi (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Dorothea Souza Bastos (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil)
Fabiana Q Piccinin (Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil)
Fátima Lopes Cardoso (Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal)
Fernanda Bonacho (Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal)
Fernando Gutiérrez (ITESM, México)
Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Rosario, Argentina)
Gloria Olivia Rodríguez Garay (Universidad A. de Ciudad Juárez - UACJ, México)
Inmaculada Gordillo (Universidade de Sevilha, Espanha)
Jacqueline Oyarce (Universidade Nacional Mayor de San Marcos, Peru)
Jefferson Barcellos (Centro Universitário Barão de Mauá, Brasil)
Jer nimo Rivera (Universidad La Sabana, Colômbia)
Jesús Flores (Universidad Complutense de Madrid, Espanha)
João Pedro Albino (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Jorge Alberto Hidalgo Toledo (Universidad An huac M xicovM xico)
José Carlos Marques (Universidade Estadual Paulista – UNESP)
Kruzkaya Ordóñez (Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL, Equador)
Lance Strate (Fordham University, EUA)
Liliane de Lucena Ito (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Lionel Brossi (Universidad de Chile, Chile)
Lorenzo Vilches (Universidade Aut noma de Barcelona, Espanha)
Lucilene Gonzales (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Marco Lopez (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Equador)
Margarida Almeida (Universidade de Aveiro, Portugal)
Maria C. Esperidião (GENEM -Grupo de Nova Ecologia dos Meios, Brasil)
Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
María Jesús Ruíz (Universidade de Málaga, Espanha)

Matheus Tagé (Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, Brasil)
Octavio Islas (Universidad de Los Hemisferios, Equador)
Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)
Osvando de Morais (Universidad Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Pâmela Pinto (Fiocruz, Brasil)
Paul Levinson (Fordham University, EUA)
Pere Freixa (Universidad Pompeu Fabra, Espanha)
Piero Dominici (University of Perugia, Itália)
Ramaris Albert (Universidad de Puerto Rico, Porto Rico)
Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil)
Roberto Igarza (Universidad Nacional de Rosario - UNR, Argentina)
Rosa Maria Araújo Simões (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)
Sandra Ruiz (Universidad Santo Tomás - UST, Colômbia)
Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Brasil)
Suely Maciel (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Tamara Guaraldo (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Teresa Piñeiro Otero (Universidade da Coruña, Espanha)
Valquiria A. Passos Kneipp (Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil)
Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)
Xabier Martínez-Rolán (Universidade de Vigo, Espanha)

FICHA TÉCNICA

Copyright 2023 ©Autoras e autores. Todos os direitos reservados

Foto de capa: ©Tomasz Zajda - stock.adobe.com (arquivo nº 313436872)

Design da capa: ©*Denis Renó*

Diagramação: *Luciana Renó*

ISBN 978-989-8971-86-9

Título: De olho na notícia

Coordenadoras: Dora Santos Silva, Fátima Lopes Cardoso e Liliane de Lucena Ito

1.ª edição, 2023.



Esta obra tem licença Creative Commons *Attribution-NonCommercial-NoDerivatives*. Você tem o direito de compartilhar, copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato sempre que seja feito o reconhecimento de seus autores, não utilizá-la para fins comerciais e não modificar a obra de nenhuma forma.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

©Ria Editorial

RIA
Editorial

riaeditora@gmail.com
<http://www.riaeditorial.com>

ESSA OBRA FOI AVALIADA INTERNAMENTE E
EXTERNAMENTE POR PARECERISTAS

Todos os textos foram avaliados e seleccionados pelos organizadores da obra. Os comentários dos organizadores foram enviados aos autores, que, mediante a aprovação, receberam tempo hábil para eventuais correcções.

O livro foi posteriormente avaliado e aprovado pelo avaliador externo Dr. Jefferson Barcellos (Universidade de Ribeirão Preto - UNAERP), que informou parecer positivo à publicação da seguinte forma:

A leitura da obra, intitulada “De Olho na Notícia”, organizada de maneira primorosa pelas pesquisadoras Dora Santos Silva, Fátima Lopes Cardoso e Liliane de Lucena Ito, representa uma contribuição significativa no que concerne ao pensamento crítico em relação às questões imagéticas que permeiam a prática do jornalismo contemporâneo. A obra aborda de maneira profunda os usos e modos da mídia contemporânea, seja ela tradicional ou digital, através da análise do papel da imagem nos diversos veículos, proporcionando reflexões pertinentes sobre o presente e o futuro da produção midiática imagética no século XXI. Diante desse reconhecimento positivo, expresso com ênfase minha forte recomendação para que a respeitável Ria Editorial promova a publicação desta obra. Estou convicto de que a diversidade do seu conteúdo não apenas enriquecerá, mas também reforçará as ações afirmativas tão urgentes na sociedade contemporânea.

O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

Autoras e autores

Adriana Pierre Coca
Ana Cristina Santos
Ana Gabriela Frazão-Nogueira
Ana Paula Goulart de Andrade
André Luis Barbosa de Oliveira Junior
Carlos Pernisa Júnior
Cláudia Silvestre
Eduardo Fernando Uliana Barboza
Fabiana Siqueira
Fernanda Barreto
Gabriel Landim
Gustavo Teixeira de Faria Pereira
Helena Figueiredo Pina
Iluska Coutinho
Iuri Neves Amorim
Jhonatan Mata
José Tarcísio da Silva Oliveira Filho
Kenia Maia
Luiz Felipe Novais Facão
Marcelo Bolshaw Gomes
Mariana de Toledo Lopes
Mirella Lopes
Nísia Martins do Rosário
Osvando José de Moraes
Patrícia Aparecida Amaral
Patrícia Weber
Rafael Barbosa Fialho Martins
Ranniery Fonseca Sousa
Renata Venise Vargas Pereira
Rodrigo Gabrioti
Santiago Naliato Garcia
Sara de Moraes Bridi
Wilson Galvão de Freitas Teixeira

SUMÁRIO

| | |
|-------------------|----|
| Apresentação..... | 13 |
|-------------------|----|

PARTE 1 - A IMAGEM E A INFORMAÇÃO

| | |
|---|----|
| O fotojornalista e seu acervo que constitui identidade: ostrabalhos fotográficos de Jaime Colagiovanni. Narrativas visuais e memória..... | 16 |
| <i>Santiago Naliato Garcia</i> | |
| A imagem-conflito em imagens de guerra..... | 39 |
| <i>Adriana Pierre Coca</i> | |
| <i>Nísia Martins do Rosário</i> | |
| A narrativa popular presente nos cinejornais e fotografias de João Gonçalves carriço, o ‘Amigo do Povo’..... | 64 |
| <i>Renata Venise Vargas Pereira</i> | |
| FlanandoJF: memórias na cidade e no ciberespaço..... | 89 |
| <i>Carlos Pernisa Júnior</i> | |
| <i>Mariana de Toledo Lopes</i> | |

| | |
|---|-----|
| Uso da charge na Revista Oeste como reflexo das notícias..... | 113 |
| <i>Iuri Neves Amorim</i> | |
| Os jornalistas, a televisão e o celular: caracterizações para um ser mídia?..... | 130 |
| <i>Rodrigo Gabrioti</i> | |
| <i>Osvando José de Morais</i> | |
| Dilma Rousseff e Janaína Paschoal: protagonismo e antagonismo na simetria observativa do documentário o processo..... | 151 |
| <i>Marcelo Bolshaw Gomes</i> | |
| <i>Mirella Lopes</i> | |
| Army-BTS e o voto jovem: aproximações e apagamentos na cobertura telejornalística nas eleições brasileiras de 2022..... | 171 |
| <i>Sara de Moraes Bridi</i> | |
| <i>Jhonatan Mata</i> | |
| A região norte do Brasil no telejornalismo nacional: apontamentos teóricos para uma proposta metodológica..... | 193 |
| <i>José Tarcísio da Silva Oliveira Filho</i> | |
| <i>Rafael Barbosa Fialho Martins</i> | |
| O jornalista como personagem e a inversão de papéis no telejornalismo: uma análise dos ataques à imprensa veiculados no Jornal Nacional em 2020 e 2021..... | 210 |
| <i>Gabriel Landim</i> | |
| <i>Iluska Coutinho</i> | |

PARTE 2 - TENDÊNCIAS E DESAFIOS

| | |
|---|-----|
| Opto, a nova forma de ver televisão em português..... | 241 |
| <i>Ana Cristina Santos</i> | |
| <i>Patrícia Weber</i> | |
| <i>Ana Gabriela Frazão-Nogueira</i> | |
| | |
| A Integração e a Convergência Nas Redações de Afiliadas da Rede Globo. As Adaptações e as Tentativas na TV Integração em Minas Gerais..... | 268 |
| <i>Patrícia Aparecida Amaral</i> | |
| <i>Osvando José de Moraes</i> | |
| | |
| Eu, tu, nós repórteres - Quando profissionais também são pauta: credibilidade jornalística e pacto de confiança entre telas nas rotinas produtivas..... | 284 |
| <i>Iluska Maria da Silva Coutinho</i> | |
| <i>Gustavo Teixeira de Faria Pereira</i> | |
| <i>Luiz Felipe Novais Fação</i> | |
| <i>Ana Paula Goulart de Andrade</i> | |
| | |
| O telejornalismo local e seus territórios: as produções de sentido após a pandemia de covid-19..... | 314 |
| <i>Ranniery Fonseca Sousa</i> | |
| | |
| Notícia algorítmica: uma proposta de conceituação..... | 335 |
| <i>Wilson Galvão de Freitas Teixeira</i> | |
| <i>Kenia Maia</i> | |
| | |
| Como o Big Data influencia a construção da notícia no portal G1 Paraíba: um comparativo entre os anos de 2018 e 2023..... | 358 |
| <i>Fabiana Siqueira</i> | |
| <i>Fernanda Barreto</i> | |

| | |
|--|-----|
| Gêneros da narrativa imersiva no Ciberjornalismo: uma proposta de tipologia..... | 382 |
| <i>Eduardo Fernando Uliana Barboza</i> | |
| A revolução dos dados: um desafio para o jornalismo..... | 406 |
| <i>Cláudia Silvestre</i> <i>Helena Figueiredo Pina</i> | |
| O jornalista flexitempo nas assessorias das secretarias da prefeitura de Campina Grande/PB..... | 434 |
| <i>André Luis Barbosa de Oliveira Junior</i> | |
| <i>Índice Remissivo</i> | 462 |

DE OLHO NA NOTÍCIA

APRESENTAÇÃO

No ano de 2004, quando começávamos a conviver com a chamada web 3.0 e os cidadãos ganharam a possibilidade de interagir ativamente com os espaços virtuais, Dan Gillmor publicou a obra “We the media”. Eram novos tempos, com a consolidação da blogosfera e o início dos espaços *social media*, traduzida para o português e o espanhol como redes sociais (ou redes sociales). Através destes espaços, a sociedade ganhou algo que considerávamos fundamental para o seu desenvolvimento: o poder da palavra. Com base nisso, Gillmor defendeu que éramos “seres mídia”, ou seja, tínhamos o desejo de protagonizar os processos comunicacionais e, diversas vezes, até tentávamos ocupar missões importantes, como as do Jornalismo.

Praticamente duas décadas se passaram, e neste tempo muito se transformou. A sociedade perdeu a referência da mídia e de seu papel no desenvolvimento social e na construção da cidadania e da democracia. Com a perda da referência, valores importantes passaram a ser questionados, dentre eles o da notícia e, conseqüentemente, o da verdade. Surgiram, então, as popularmente chamadas *fake news*. Neste aspecto, até mesmo o termo é um erro, e foi consolidado pelo excesso de circulação dele próprio pelos seres midiáticos. Alguns teóricos defendem que o termo deveria ser definido como *fake information*, ou, em sua tradução literal, informação falsa. De fato, *fake news* (ou notícia falsa) é a menos apropriada. Afinal, se é falsa, então ela não é notícia.

Mas a participação da sociedade na construção de processos midiáticos não se limita à notícia e ao Jornalismo. Ela também passeia

pelo mundo das artes, valorizando ou desaprovando as manifestações. Isso também ocorre na educação, e na deseducação, e acaba até mesmo por questionar até mesmo o papel dos profissionais da educação. E assim vai, pela publicidade, pela construção da cidadania e, claro, na tecnologia.

Com base nisso, realizamos a sexta edição do Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies, que teve como tema “A Consolidação dos Seres Media”. Nele, foram aprovados resumos expandidos de 11 nacionalidades e, com base nestas propostas (apresentadas e publicadas nas memórias do evento), organizamos, com a Ria Editorial, 10 livros com textos inéditos. O momento marca uma nova etapa do MEISTUDIES, que em sua sétima edição virá com novidades resultantes da sua consolidação como um evento científico internacional de alta relevância, que tem como missão a disseminação do conhecimento e a construção de redes acadêmicas.

É importante ressaltar que nem todos os resumos expandidos tiveram a publicação de textos completos em capítulos. Todos eles foram reavaliados por pares antes de sua publicação. De igual maneira, algumas ordenações sofreram alterações através de um processo de curadoria temática. Com isso, as obras tiveram ampliação em sua qualidade e em sua proposta cognitiva. Os livros são de livre acesso para leitura e download e têm como proposta uma reflexão, com base em conceitos teóricos e resultados científicos, sobre os seres mídia e o seu papel em diversas searas da sociedade contemporânea. Boa leitura.

*Andrea Versuti
Denis Renó
Diana Rivera
Vicente Gosciola
Diretores Acadêmicos*

OPTO, A NOVA FORMA DE VER TELEVISÃO EM PORTUGUÊS

Ana Cristina Santos¹
Patrícia Weber²
Ana Gabriela Frazão-Nogueira³

Começemos por nos concentrar no conceito de ‘sociologia dos ecrãs’ em que este assume o valor de um objeto social e simbólico o qual, de forma crescente, será não só o lugar das práticas de comunicação mas, como refere Silverstone (1992), “*el foco de la vida social y cultural del hogar*”. Explica, ainda, o autor que “*igual que un umbral, la pantalla puede ser definida como una frontera significativa y potencialmente ritualizada*” (Silverstone, 1992) tanto na sua usabilidade como Media

-
1. Mestre em Ciências da Comunicação no ramo das Tecnologias de Informação pela Universidade Fernando Pessoa, Porto/Portugal. Responsável pelo Laboratório de Televisão da UFP deste 2018.
acsantos@ufp.pt
 2. Professora doutora na Universidade Fernando Pessoa, Porto/Portugal.
pweber@ufp.pt
 3. Professora doutora na Universidade Fernando Pessoa, Porto/Portugal.
ana@ufp.pt

(i.e. na sua dialética entre significado e consumo) e lugar/espço público de rotinas individuais e privadas; como na sua função, nomeadamente “*cuando sus mediaciones y comunicaciones se han convertido en algo que se da por supuesto (o están disponibles siempre que se quiera)*” (Silverstone, 1992), sendo a família, como refere o autor, o ponto de partida para esta sociologia e, acrescentamos nós, o ecrã confere o compromisso de ser janela, pluralizado, agora, pelas mãos da Internet.

Ou seja, pode-se aludir que, como dispositivo, o ecrã televisivo contemporâneo estará “a compensar uma certa perda de centralidade social, através de um processo de metamorfose, cuja cinética intrínseca se alimenta de um magnetismo progressivo” (Lopes et al., 2013, p. 41). Isto quer dizer que, se

observado através desse campo de forças, o ecrã de televisão emerge não como participante sociotécnico de um cenário de convergência, mas como ecrã centrípeto que atrai, acomoda, e combina em si todo o tipo de recursos espaço-temporais e sócio semióticos, de modo a assegurar a manutenção da sua posição central nas sociedades contemporâneas. (Lopes et al., 2013, p. 41)

Considera Cardoso que, “numa linguagem sintética, a televisão transforma-se num sistema de ecrãs imersos, numa rede de usos e conteúdos tão intensos em vitalidade quanto em volatilidade” (Cardoso et al., 2011, p. 10), espalhada de diversas formas pelas mais variadas tipologias e numa explosão de ecrãs que se sistematizam numa rede que utiliza como ferramenta de retroalimentação e garante sucessão, assegurando existência por hegemonia, ou seja, tal como explica Santos (2022, p. 51), apoiada em Cardoso et al. (2011, p. 17): “o mesmo utilizador pode saltar alternadamente ou sequencialmente entre os mesmos

conteúdos em diferentes suportes tecnológicos todos eles tendencialmente ancorados na Internet”.

De facto, o surgimento dos dispositivos móveis coloca a “televisão na [nossa] mão” (Catalão, 2011) desde uma relação efetivamente não interativa, mas de comando, se falarmos do *zapping*, até àquela sensorial, epidérmica porque tátil e de facto, edificadora de um imaginário construtivista baseado na escolha (seja pelo toque no mouse, seja pela ponta do dedo), ela própria desenhada por rastreamento e a partir de um estratégia neurocognitiva. Ou seja, um ecrã que começou por ser o centro nevrálgico do grupo, da aldeia, da comunidade hoje, com o digital, e como refere Catalão (2011, p. 148), “vai no [nosso] bolso. Um *tablet* vai aproximar a experiência de ver televisão àquela de ler um livro”. Na verdade, se a interatividade proporciona o toque de Midas ao usuário, relativamente ao conteúdo, o digital permite à Televisão abrir um novo leque de oferta de conteúdos que podem ser visionados em qualquer lado e com uma intimidade que só essa interatividade proporciona, criando um cenário em que “*the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behaviour of media audiences who will go almost anywhere in search the kind of entertainment they want*” (Jenkins, 2006, p. 2).

Numa perspetiva holística dirigida a um campo hipermediático, estes Media “pós-massivos” de Lucena (2018, p. 48) – caracterizados pelo Paradigma da Individualização como *self-media* – este conjunto de janelas, transformaram-se num complexo integrador, de novo, comunitário, transformador de modelos de convívio, ou seja, ‘grup-al-media’ que se transformam em ‘*trend-media*’ fortificados em *clusters* que, definidos por conteúdos propiciados pelo digital, são, como já

afirmado, voláteis, quase sempre efémeros, mas incisivos e, por isso, por aglutinação, definidores de comportamentos: a tal ‘pele da cultura’ de Kerckhove (1997, p. 81), que se renova à velocidade de interação e da imediaticidade permitidas pelo ciberespaço.

À escala nacional, e de acordo com dados do Relatório Digital 2023 – Portugal da DataReportal, no início deste ano existiam em Portugal, 8,73 milhões de utilizadores de Internet (85,1% da população portuguesa - registando-se, no entanto, uma diminuição de 0,2% comparativamente a 2022). Entre estes utilizadores, a média de tempo gasto a navegar na Internet é de 7h37m por dia (DataReportal, 2023). O mesmo estudo revela ainda que, diariamente, a média de tempo dedicado a assistir Televisão (*broadcast* e *streaming*) é de 3h05m, mais 7 minutos relativamente a 2022, significando um aumento de 3,9%. Relativamente ao número de ligações móveis celulares ativas em Portugal, o relatório da DataReportal (2023) avança 17,54 milhões, o que representa 171% da população. Também segundo dados da Anacom - Autoridade Nacional de Comunicações (2023, p. 3), 42% dos utilizadores de Internet subscreveram *streaming on demand* neste ano, o que coloca Portugal em 16º lugar no *ranking* dos 27 países da União Europeia.

A evolução tecnológica agregada ao próprio perfil dos consumidores modificou não só os conteúdos, potenciando-os para estratégias mais atrativas e interativas, adequadas ao Media e, por isso, ao processo de imersão e de rastreamento, como a sua forma de difusão. Autores como Alejandro Piscitelli (in Loureiro, 2009, p. 164) falam, desde a década de ‘90, em pós-televisão confirmando o abandono progressivo do uso da TV tradicional também apontado por Loureiro (2008, p. 325) e a já referida compensação que o ecrã televisivo contemporâneo estará

a fazer, através da retroalimentação sistemática e múltipla da perda de centralidade social (Lopes et al., 2013, p. 41), noutras janelas, sustentadas pela profusão e pelo digital.

Ou seja, se distinguísse, agora, os Media quentes de frios, por certo, McLuhan (1964) já não iria considerar o ecrã televisivo assim tão frio, mas o ecrã televisivo e não a Televisão. Aliás, relativamente a ela, McLuhan poderia muito bem até aliar-se a Eco (1983) quando este diferencia a ‘paleotelevisão’ da ‘neotelevisão’ em que há um processo centrífugo “na maximização das audiências” (Martins, 2006, p. 96) como reflexo da qualidade do contacto com o seu público e substituto do conceito da janela para o Mundo. Começa a ser, por isso, um modelo relacional: “de pedagógica, a televisão torna-se próxima e acessível”, como nota Santos (2004), “*un espace de convivialité*” como referem Casetti e Odin (1990, p. 12); uma televisão entre o Media e o espectador, “em que o especialista é menos importante e o espectador tem a palavra” (Muanis, 2013, p. 174).

Ou seja, se a paleotelevisão tinha um contrato, a neotelevisão funciona na base de um contacto. Dito de outro modo, se, na paleotelevisão, assistir à televisão era um acto de socialização, na neotelevisão passa a ser um acto individualista” (Santos, 2004), castrador, por isso, das atividades cognitivas produtoras de afetos e sentido(s) existentes na dimensão social e comunitária da paleotelevisão (Casetti & Odin, 1990, pp. 21-22):

même en tant que lieu de vie, la néo- télévision n’est qu’un lieu vide, car la dimension du vécu en est absente (...) La façon dont la néo-télévision conçoit l’interactivité est très significative à cet égard; certes, le spectateur est en permanence consulté, mais il ne s’agit que d’un simulacre de consultation.

Este simulacro remete, de acordo com estes autores, para uma manipulação disfarçada, em que o telecomando não é mais que uma ferramenta para manter o telespectador frente ao ecrã e em que o *zapping* apenas acentua a natureza solitária desta relação: “*avec la néo-télévision, ce n’est pas à la naissance d’un «nouveau mode de communication» que nous assistons, mais à la disparition de la communication et à son remplacement par un modèle épidermique et énergétique, fondamentalement a-social*” (Casetti & Odin, 1990, p. 22).

Mas apesar do *zapping* ser essa ação vazia, porque mais de comando que de interação, é, ainda assim, uma novidade que transformou a velocidade e a forma de ver Televisão, determinando o fim da fidelidade a apenas um canal (Muanis, 2013, p. 174) e intensificando a concorrência entre canais (Martins, 2006, p. 125) de operadores públicos ou privados, mas fortemente orientados para a maximização do lucro através das audiências.

E assim, num processo de convergência (McQuail, 2003) com a Web, a Televisão entra na sua terceira fase a partir dos dispositivos portáteis, os quais possibilitam a reprodução de notícias, filmes e programas em qualquer lugar e a qualquer hora (Nichile, 2015, p. 291), uma fase a que Scolari (2009) propõe chamar de hipertelevisão – a televisão contemporânea, em que o utilizador cada vez mais jovem, mais literado e digito-cognoscente, não apenas acede ao Media, mas também às ferramentas e potencialidades que este lhe oferece.

Falamos da “geração *screenagers*”, definida por Muanis (2013, p. 181) e que Santos (2022, p. 23) resume como

crianças que nasceram numa cultura mediada pela televisão e pelo computador, o que lhe confere uma enorme capacidade de

multitarefa, utilizando, ao mesmo tempo, computador, televisão, rádio e telefone, «relacionando-se mais com o ecossistema mediático do que com um meio isoladamente e de cada vez, numa lógica de hipertexto».

A Televisão poderá, então, ser, hoje, definida por “um sistema de ecrãs em rede” (Cardoso et al., s.d., p. 7), através dos quais, “na generalidade, se difundem conteúdos idênticos, mas em graus de qualidade e facilidade de acesso diferentes, disponíveis, ora por práticas de pesquisa, ora por práticas de *zapping*, e onde coabitam de forma generalizada formas legais e ilegais de consumo” (Cardoso et al., s.d., p. 5).

Neste processo transitório, de remediação e de convergência, Deery (2003) retoma o conceito de ‘intermedia’ de Dick Higgins (1966) para identificar o momento - e o processo - de remodelação da estrutura e do ecossistema dessa “sociologia da mediação e dos ecrãs” referida por Cardoso e Quintanilha (2014, p. 6). O mesmo autor, referindo-se ao contexto da Televisão, assume que “qualquer que seja a configuração final, a convergência resultará numa alteração do conteúdo televisivo, em grande medida porque a nova tecnologia vai alterar a forma como a televisão se comunica com o seu público” (Deery, 2003, p. 161).

Preferencialmente sem nenhuma publicidade, o sentido é *bottom up*, ou seja, influencia-se a esfera da oferta a partir dos hábitos de consumo, isto é, segmentam-se os conteúdos e as novas audiências - as “Audiências *Pull*” (Cardoso et al., s.d., p. 8) - determinam quando, como e onde é o melhor espaço e o melhor tempo para ver os seus conteúdos favoritos, pré-escolhidos “através de pesquisa complexa e minuciosa” (Cardoso et al., s.d., p. 8). O bloco linear pedagógico paleo-televisivo já não volta: “os hábitos mudaram drasticamente, nos levando a migrar do

conhecido *prime time* para o *my time*, especialmente entre os *millennials* e a Geração Z” (Blum, 2019).

Prova disso é o estudo da Obitel do ano de 2022 que verifica que o consumo da paleotelevisão registou decréscimo, contrariamente à tendência do período pandémico. O consumo da televisão por cabo aumentou ao longo do ano, verificando-se o incremento do uso do *streaming*, ainda que de forma lenta em relação ao ano de 2021. O percentual de uso dos canais abertos foi de 44%, do cabo 41,2% e do *streaming* de 14,7% (Burnay, 2023, p. 260).

Metodologia

O estudo de caso que se apresenta é uma análise dos conteúdos disponibilizados nas plataformas de *streaming* Opto ([https:// Opto.sic.pt/](https://Opto.sic.pt/)), tendo como ponto de comparação RTPPlay (<https://www.rtp.pt/play/>), o serviço *streaming* da emissora pública de televisão, em Portugal.

O objeto nuclear desta análise, a Opto foi lançada em 24 de novembro de 2020. Como referido por Santos (2022, p. 67), é um serviço da SIC (uma emissora privada de televisão portuguesa, de canal aberto e por cabo, criada em 1992) com “a possibilidade de aliar entretenimento e informação, características que tornam o serviço único e capaz de se distinguir da restante oferta do mercado”, procurando sempre “refletir, através das suas produções, a portugalidade”, como explica Vanessa Tierno em entrevista (2022, como citado em Santos, 2022, p. 67). Segundo Reis (2022, como citado em Santos, 2022, p. 69), a Opto trata-se da

primeira plataforma portuguesa de streaming. Portanto, a primeira plataforma paga, com conteúdo exclusivo quer a nível da informação, quer a nível do entretenimento. E é uma oferta bastante variada que pretende responder não só à sociedade portuguesa, em Portugal, mas também à enorme diáspora de milhões de portugueses espalhados pelo mundo que assim podem manter um contacto mais direto e mais real com aquilo que se passa no país, sem estarem sujeitos a um canal internacional ou limitados a grelhas que, em termos de horários, estão desfasadas das realidades onde esses portugueses vivem.

Paralelamente será verificada a oferta da plataforma RTPPlay que, por ser criada em 2011 (<https://www.rtp.pt/>), reclama para si o pioneirismo do *streaming* em Portugal. O grupo Rádio e Televisão Portuguesa (RTP) é, como referido, o serviço público de televisão e rádio do país, que teve suas primeiras emissões em 1957 (Coelho, 2005, p. 66). De acordo com seu site, a RTPPlay (<https://media.rtp.pt/ajuda/>) é

A primeira plataforma digital portuguesa de distribuição de rádio e televisão, de acesso livre. (...) possui 20 emissões em direto e um vasto catálogo de conteúdos como filmes, séries, documentários, notícias, reportagens, entrevistas, espetáculos, conteúdo infanto-juvenis e muito mais. (par. 1)

Santos (2022) destaca que, de facto, o pioneirismo da RTP não deixa de ser verdadeiro. Porém, enquanto a RTP foi a primeira a colocar a sua programação na Internet e de forma gratuita, apesar de inicialmente estar restrita ao país; a Opto foi pioneira ao criar um serviço de assinantes *Premium* que podem visualizar todo o conteúdo em qualquer país, similar ao oferecido por plataformas internacionais como Netflix, Amazon Prime e HBO.

A partir desta dinâmica, pretende-se atingir três objetivos, divididos em duas fases:

1ª fase, tendo por base a revisão bibliográfica:

- 1) mostrar esta mudança nos hábitos de consumo e na forma como a Televisão se comunica com os públicos.

2ª fase, tendo por base a análise de caso:

- 2) demonstrar como a plataforma streaming da SIC mudou a forma de ver televisão em Portugal,
- 3) e compreender as características da neotelevisão e perceber porque a Opto deve ser considerada a primeira plataforma streaming em Portugal.

Para compreender as características da neotelevisão e perceber porque a Opto deve ser considerada a primeira plataforma *streaming* em Portugal, realizamos um estudo de caso que se utiliza, como previsto por Yin (2003), de diferentes métodos de pesquisa. Assim, além da pesquisa bibliográfica e documental, faz-se o uso das entrevistas realizadas por Santos (2022) e da análise de conteúdos dos sites da Opto e RTPPlay.

Segundo Yin (2003, p. 19):

O estudo de caso é um dos métodos de pesquisa que permite a exploração de um objeto “quando se colocam questões do tipo ‘como’ e ‘por que’ (...) e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real.

Para a sua realização, podem ser utilizadas metodologias mistas, de ordem exploratória e/ou explicativa, quantitativa e/ou qualitativa. Inicialmente, o presente texto tem como base a dissertação de Santos (2022), utilizando-se assim de conteúdo, nomeadamente

referencial teórico e entrevistas, realizados pela autora. Já a análise de conteúdo é aplicada por ser uma técnica que “trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência, para inferir (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor ou sobre o destinatário da comunicação” (Bardin, 1988, pp. 39-40).

Com este intuito, fez-se necessário identificar os códigos a serem utilizados a partir de dados suscetíveis e que possibilitem uma amostragem passível de uma categorização quantitativa e qualitativa a partir de dados comuns à Opto e RTPPlay. Os dados foram colhidos no dia 05 de outubro de 2023, destacando-se, entre eles, a quantificação, a funcionalidade, a tipologia e o acesso/disponibilização aos conteúdos.

Aqui, não serão analisados conteúdos dos sites em “Direto” (que tem como objetivo re-transmitir os canais abertos) ou dedicados ao “#Ensino em Casa”, disponibilizado pela RTP: consideramos estes como espaços das plataformas que servem apenas para assistir o que também é visto na paleotelevisão.

Perante esta exposição, propomos-nos alcançar o terceiro objetivo, demonstrar como a plataforma *streaming* da SIC mudou a forma de ver televisão em Portugal.

Análise Quantitativa

A análise quantitativa de conteúdos disponibilizados na Opto e na RTPPlay mostra a diferença na opção de apresentação de ambas.

Ao analisar o separador “Catálogo” somos confrontados com cinco submenus: “Novelas”, “Entretenimento”, “Informação”, “Séries” e “Filmes”. Como pode ser observado na tabela que se segue, dentro de cada um destes submenus são elencados vários separadores que

permitem catalogar os conteúdos, respeitando determinada temática ou categoria. Dentro de cada temática surgem os vários episódios ou temporadas que, à data da nossa consulta, eram os seguintes:

Tabela 1

Conteúdo da Plataforma Opto

| Submenu | Separador | Resultados |
|--------------------------|---|-------------------|
| 1. Novelas | 1.1 No Ar | 10 |
| | 1.2 Romances em dias de calor | 8 |
| | 1.3 Grandes Clássicos | 7 |
| | 1.4 Novelas Premiadas | 8 |
| 2. Entretenimento | 2.1 Grande Entretenimento | 16 |
| | 2.2 Em Boa Companhia | 11 |
| | 2.3 Pessoas Reais. Experiências Autênticas | 16 |
| | 2.4 Entretenimento do Mundo | 18 |
| | 2.5 Informação e Entretenimento | 16 |
| | 2.6 Rir é o Melhor Remédio | 9 |
| | 2.7 Uma Viagem de Sabores | 7 |
| | 2.8 Histórias de Vida | 12 |
| | 2.9 Acompanha as Tendências | 14 |
| | 2.10 Curiosidades sobre a Realeza Britânica | 5 |
| | 2.11 Mundo Selvagem | 6 |
| | 2.12 Bem-Vindos ao Universo épico da ADVNCE | 7 |

| | | |
|----------------------|---|----|
| 3. Informação | 3.1 Exclusivos | 24 |
| | 3.2 Esta Semana | 8 |
| | 3.3 UEFA Liga Europa / Liga Conferência | 4 |
| | 3.4 Guerra na Europa | 7 |
| | 3.5 Comboios do Mundo | 10 |
| | 3.6 Grande Reportagem | 31 |
| | 3.7 Séries de Informação | 26 |
| | 3.8 Documentários | 9 |
| | 3.9 Reportagem Especial | 6 |
| | 3.10 Crime e Investigação | 11 |
| | 3.11 Paisagens Incríveis | 11 |
| 4. Séries | 4.1 Em Destaque | 17 |
| | 4.2 Só na Opto | 15 |
| | 4.3 Em Família | 10 |
| | 4.4 É a tua vez! | 10 |
| | 4.5 Comédia e Diversão | 8 |
| | 4.6 Maratonas de ficção | 20 |
| 5. Filmes | Não apresenta categorias | 31 |

Como é possível observar no quadro de conteúdos, no caso do submenu “Novelas”, há 33 produções no total, divididas em quatro categorias. Não há uma repetição dos conteúdos nestas categorias. Quanto ao “Entretenimento”, são apresentadas 12 categorias, com 137 produtos disponíveis, destacando-se o “Entretenimento do Mundo” com o maior número de *links* entre os demais. O destaque do submenu “Informação” é a “Grande Reportagem”, que soma 31 dos 147 vídeos disponibilizados

em 11 categorias. O submenu “Séries” divide 80 séries em seis categorias: “Em Destaque”, “Só na Opto”, “Em Família”, “É a tua vez”, “Comédia e Diversão” e “Maratonas de Ficção”. No menu “Filmes”, o assinante possui 31 opções. Para além disso, dois mini-documentários de produção internacional - “Comboios do Mundo” e “Paisagens Incríveis” - com 21 episódios no total, seguem disponibilizados na íntegra, após terem sido apresentados no canal aberto. No seu total são 428 títulos com vários episódios de novelas, programas e séries que se encontram totalmente disponibilizados aos assinantes.

Por seu lado, os conteúdos disponibilizados em áudio e vídeo pela RTPPlay, se contabilizados todos os submenus, somam mais de três mil entradas, um número e, como se vai verificar, uma estrutura que impedem, para os objetivos deste trabalho, uma sumarização quantitativa mais detalhada dessa plataforma.

Análise de Funcionalidade

Ao aceder à Opto são tantas as semelhanças que é inevitável a comparação com a poderosa Netflix. Através de uma navegação atenta e exploratória procuramos dar nota de questões relacionadas com a funcionalidade, tipologia de conteúdos e acesso/disponibilização. A plataforma encontra-se disponível em três terminais (mobile, web e TV) em tudo semelhantes e apresentando sempre um menu comum, ainda que com posicionamento visual distinto, dependendo do ecrã final. Na presente análise optamos por selecionar o ecrã da versão web (ou seja, por computador) por ser aquele que nos permite ter maior termo de comparação com a RTPPlay.

Assim, nesta versão web, do menu fazem parte separadores como “Início”, “Catálogo”, “Guia TV” (a programação dos canais em direto) e o símbolo da lupa, remetendo este último para a tarefa de pesquisa. O site permite, ainda, acesso à emissão em direto que, como referido acima, não será alvo da nossa pesquisa por considerarmos ser a retransmissão da paleotelevisão.

Ao comparar o site e os conteúdos da Opto com os disponibilizados na RTPPlay, verificamos uma grande diferença estrutural e de quantidade nos elementos. Assim, à semelhança da Opto, a RTPPlay apresenta, na *Homepage*, seções horizontais temáticas, uma galeria de programas - mas com cinco destaques em vez de onze – e um menu inicial temático, mas com sete subdivisões, em vez de quatro: “Direto” onde é possível visualizar programas que estão a ser transmitidos pela televisão, no momento, “Programas”, “Zig Zag”, “RTP Palco”, “#Estudo em Casa”, “Podcasts” e “APP”.

Após o menu principal, um cabeçalho, em formato de galeria interativa sem *scroll* temporizado, mas manual, destaca de cinco programas de diferentes formatos e, abaixo, uma longa lista de seções horizontais que elencam a diversidade de programas do canal público, cada uma delas enriquecida com um botão “Ver todos”. Em última instância, esta *homepage* funciona, também, como um grande menu, alargado, sistematizando um conjunto de seções que, para além da “TV em direto”, da “Rádio em direto” e “RTP Desporto”, nos leva, por ordem aparição, às “Séries Nacionais”, “Séries Estrangeiras”, “Para ouvir”, “Notícias, Reportagem e Entrevista”, “Documentários”, “Para Toda a Família”, “Cinema Português”, “Cinema Internacional”, “Mais Vistos”, “Mais Ouvidos”, “Talk-Shows e Humor”, “Arquitetura e Construções”, “RTP

Palco”, “Zig Zag”, “Recomendamos para si”, “Ciência e Natureza”, “Personalidades de Portugal e do Mundo” e “RTP Lab”.

Já para os conteúdos que os *links* do menu principal elenca, a estrutura do site da RTPPlay aglutina, numa primeira fase, em cada um deles os formatos vídeo e áudio, e cabe ao usuário filtrar o que pretende a partir de um *dropmenu* que, no canto superior direito de cada janela, lista cada um dos canais e emissoras da empresa pública. Depois, baseado numa lista de categorizações própria, o site sistematiza conteúdos iguais em diferentes seções. Isto quer dizer que, por exemplo, no caso da *Homepage*, esta mesma informação está também disponível no menu “Direto”, onde todos os canais e rádios da RTP estão inseridos em duas secções: a “TV em Direto”, com as 13 emissoras e a “Rádio em Direto”, com as 15 emissoras do grupo; ou, que por exemplo, no menu “Programas”, o submenu “Outros” repete conteúdos agregados ao submenu “Religiosos e Reflexão”, ou “Institucionais”; ou ainda que os conteúdos “Zig Zag” do menu principal são somados ao submenu “Infantis e Juvenis” do seu exequo “Programas”.

Análise da Tipologia de Conteúdos

A versão *Premium* da Opto disponibiliza aos seus subscritores conteúdos originais e exclusivos. Conteúdos que são, na sua maioria, produções nacionais e em português que vão, como pode ler-se no sítio oficial, “desde programas de entretenimento como filmes, séries e novelas, até aos melhores programas, documentários e rubricas de informação com a qualidade e rigor jornalístico da SIC e SIC Notícias”, somando um total de “mais de 10.000 horas de conteúdos” (Opto, s.d., par. 1).

Destacam-se as novelas produzidas pela própria emissora, com atores contratados pela SIC a representar roteiros inéditos ou já realizados por outras emissoras, como o caso de *Dancin' Days* exibida na Rede Globo de Televisão em 1978, no Brasil e, posteriormente, em Portugal. Para além dos conteúdos que estão no ar em canal aberto, a Opto permite a possibilidade de rever material produzido pela SIC. Já as novelas que são produzidas para a Opto, cada episódio tem antestreia no *streaming*, exclusivamente para os assinantes do serviço *Premium* e só no dia seguinte é transmitido nos ecrãs televisivos, em sinal aberto.

O “Entretenimento” concentra programas como *reality shows*, *stand up comedy*, programas de humor, concursos, vários *talk shows*, *sketches* e outros formatos. No caso do submenu “Informação”, há programas “Exclusivos” que não se subjugam a temáticas específicas, mas que se diferenciam, na opinião da subdiretora de informação da SIC e responsável pelos conteúdos de informação da Opto, Marta Reis (2022 p. 184), pelo cuidado técnico e pela forma exigente como são produzidos esses conteúdos.

É uma televisão quase já mais próxima do registo documental e do registo de cinema, do que do registo de informação de dia a dia. Portanto, são histórias mais pensadas, mais trabalhadas, que também são feitas pelos melhores elementos da redação, que são filmadas pelos melhores repórteres de imagem, com os melhores equipamentos disponíveis, recorrendo aos melhores grafistas. Tentamos que seja, efetivamente, um produto premium que, por força das circunstâncias e do orçamento, às vezes, não é possível ter nas outras plataformas.

Estes registos ao estilo de documentário têm sempre estreia na Opto e apenas um ano depois são exibidos em sinal aberto, com

destaque e promoção do Jornal da Noite, o programa de informação de referência da SIC. Quanto aos principais conteúdos de investigação realizados pelos jornalistas do grupo, são apresentados nos 37 vídeos de “Grande Reportagem” e “Reportagem Especial”. Ainda é possível assistir a 26 “Séries de Informação”, nove “Documentários” e onze programas sobre “Crime e Investigação”. “Esta Semana” apresenta, por exemplo, o “Eixo do mal” ou o “Programa cujo nome estamos legalmente impedidos de dizer” (ambos conteúdos de opinião política) e, ainda, o “Polígrafo SIC”, um projeto jornalístico *fact-checking* sobre a verdade de determinados assuntos que surgem no espaço público. Informações da “Guerra na Europa” também estão disponíveis no formato de grandes reportagens e documentários, versando, com mais relevância, sobre o conflito entre a Ucrânia e a Rússia. O Futebol também tem destaque, surgindo num submenu dedicado à “UEFA Liga Europa/Liga Conferência”, competições cujos direitos de transmissão pertencem ao Grupo Impresa.

Comparativamente, a tipologia dos programas oferecidos pela RTPPlay é uma *reprise* do que os canais abertos apresentam ao público, à exceção de algumas séries e de emissões exclusivas de Desporto. Como referido, apesar da variação de menus e submenus, um determinado conteúdo pode ser encontrado em todas as categorizações onde seja possível classificá-lo. Como exemplos, podemos verificar as séries que tanto aparecem em “Séries Nacionais”, como em “Ficção”. Há uma mesma perceção quando analisados os documentários que podem ser classificados como “Ciência e Natureza”, “Religiosos e Reflexão”, “Música”, “Cultura” ou “Informação”.

Vanessa Tierno, diretora da Opto e responsável pelas aquisições e gestão de formatos de todo o universo SIC (2022, como citado em Santos, 2022, p. 95), acredita que há conteúdos como o caso do Desporto ou Eventos, em que os espectadores privilegiam o *real time*. Parece ser este o caso da tipologia de conteúdos inserida na plataforma da RTPPlay, o que não ocorre em temáticas não lineares (Vanattenhoven e Geerts, 2015, p. 7). Por este motivo, segundo Tierno (2022, como citado em Santos, 2022, p. 96), programas de “entretenimento e ficção funcionam, na plataforma, bastante melhor que os conteúdos de informação” afirmação que nos permite considerar ser a estrutura da paleotelevisão aquela que melhor poderá servir, no caso de transmissões em direto.

Análise do Acesso/Disponibilização

Por fim, destaca-se a disponibilização dos conteúdos pela Opto. Apesar de exigir subscrição, a plataforma também oferece conteúdos abertos de produção própria ou comprada de outras produtoras, para além da programação exclusiva para os assinantes. O conteúdo do serviço *Premium* é colocado inicialmente no site e, depois, é transmitido pela emissora nos seus canais abertos ou por cabo. Um exemplo são as novelas que somente após terem sido disponibilizadas no *streaming*, serão inseridas na grade de programação dos canais, como referido anteriormente.

Quanto às temporadas das séries, há a possibilidade de visualização de todos os episódios. Importa referir que, maioritariamente o conteúdo das séries e filmes é nacional. Para Lúcia Gonçalves, jornalista sénior da SIC, que vem do linear e abraça, agora, o desafio de produzir para o não linear, “há marcas distintivas nas plataformas de *streaming*,

sendo o acesso aos conteúdos um dos elementos mais diferenciador”. No caso da Opto, a ideia é permitir a visualização do seu conteúdo “em qualquer lugar e a partir de qualquer dispositivo móvel” (2022, como citado em Santos, 2022, p. 91).

Ao contrário da Opto, a RTPPlay disponibiliza nos seus canais televisivos, em direto e sem custo, programas de produção própria ou comprada já transmitidos na emissora para dentro do país. Fora de Portugal é possível ver, principalmente, a produção da emissora, sendo os demais conteúdos da RTPPlay limitados ao público internacional. No caso de séries, por exemplo, estão somente disponíveis os episódios que estão a ser transmitidos num período determinado, simultaneamente nos seus canais abertos ou no cabo, e em número limitado. Ou seja, sem possibilidade de visualização das temporadas completas e anteriores, e com, no máximo, os últimos cinco episódios disponíveis.

Conclusão

Independentemente do seu objetivo ser comum, a prestação de um serviço Media público e privado difere na sua estratégia e as características e circunstâncias que envolvem a sua chegada às audiências e públicos definem as suas estratégias comunicativas. Por outro lado, o contexto tecnológico da comunicação imersiva anunciada e estimulada pelo Paradigma da Individualização imprimem ao Media, aos públicos e aos conteúdos uma exigente e contínua atualização. Neste cenário, nem Portugal, nem a Opto ou a RTPPlay são exceção.

Assim, como referido na metodologia, este trabalho teve por base cumprir os seus objetivos em duas fases: na primeira, pretendia-se perceber se a revisão literária corresponderia ao primeiro objetivo

proposto e na segunda, uma análise comparativa entre os conteúdos dos sites da Opto e da RTPPlay iriam levar a perceber os dois últimos. Considerando todos os dados recolhidos, é possível confirmar os três objetivos propostos.

Isto quer dizer que, primeiro, tendo por base os relatórios do acesso a conteúdos de vídeo na Internet da Obitel (2023), da Anacom (2023) e da DataReportal (2023), em Portugal, de acordo com Santos (2022, p. 58) e com a Anacom (2021, p. 12), desde 2021 que acontece a ampliação do uso das plataformas televisivas digitais fazendo perceber, assim, que as emissoras de canal aberto têm procurado inserir os seus conteúdos em diferentes suportes tecnológicos, adequando-se a uma sociedade multiecrã e captando novos públicos, nomeadamente aqueles não adeptos da paleotelevisão, mas com hábitos de consumo individualizados.

Dentro deste quadro, em Portugal, a mudança na forma de ver televisão em Portugal e a relação entre a Opto, uma plataforma pertencente à estação televisiva privada SIC, sujeita a subscrição, com produção própria e com conteúdos, sobretudo, em língua portuguesa, nacionais, e a RTPPlay, a versão *streaming* do Media de serviço público nacional.

Dois contextos, duas estratégias. Ambas naturalmente viáveis e adequadas ao cenário em que se enquadram, mas que permitem concluir que a Opto, mais recente (criada 2020), sobretudo, pela generalidade das suas características, mas nomeadamente pelos seus atributos no acesso e funcionalidade, pode ser considerada como a primeira plataforma *streaming* nacional. Ou seja, como foi possível observar, ainda que a RTPPlay tenha surgido antes da Opto, com acesso livre, há uma diferença, sobretudo, no modo como são oferecidos os produtos para

os utilizadores. Entre elas, o processo é inverso. Se a emissora pública insere na sua plataforma, maioritariamente, conteúdos já exibidos em sinal aberto – sendo portanto, considerados reposição - e detém apenas a produção exclusiva de alguns conteúdos desportivos e séries, a Opto, na sua versão *Premium*, detém produção própria e exclusiva de conteúdos que, ao contrário da RTPPlay, só posteriormente são repostos, em sinal aberto, no seu canal proprietário SIC.

A partir daqui, considera-se a dialética entre os conceitos e estruturas agregados à relação entre a paleotelevisão e a neotelevisão exploradas durante a revisão literária, a geração *screenagers* e o reposicionamento do *prime time* pelo *my time* que ambas as plataformas emancipam.

A partir desta sistematização, percebe-se a estrutura do site da RTPlay, apesar das diferenças de acesso com a Opto, como uma extraordinária plataforma dinâmica dos conteúdos ativos do Media que permite a relação interativa entre o si e o usuário, a partir tanto da Homepage, de forma mais abrangente, como do seu menu principal de forma mais imersiva, dando a entender o cuidado que a empresa tem com o seu conteúdo, canais e emissoras também espalhadas pelo mundo. Por outro lado, a Opto, uma plataforma que pelas suas semelhanças estruturais, se compara à Netflix, que prima pelos conteúdos próprios e exclusivos, que velam pelo seu teor nacional e que permitem concordar com o slogan que o Grupo Impresa utiliza ao apresentá-la: como “uma nova forma de ver televisão no país”.

Referências

- Anacom. (2021). Serviços Over-the-Top. Utilização de instant messaging, chamadas de voz e outras aplicações online em Portugal e na EU (segmento residencial). https://www.anacom.pt/streaming/Servicos_over_the_top2021.pdf?contentId=1713913&field=ATTACHED_FILE
- Anacom. (2023). *Relatório de Serviços Over-The-Top (OTT)*. <https://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1736643>
- Bardin, L. (1988). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Blum, J. (2019). Do prime time para o my time. *Revista UNO*. <https://www.revista-uno.com.br/uno-32-consumidores-e-marcas-uma-nova-era/do-prime-time-para-o-my-time/>
- Burnay, C. et al. (2023). Portugal – A Nova babel: a cooprodução como modelo de internacionalização. In M. I. Vassallo de Lopes, J. Piñón, & C. D. Burnay (Coords), *Obitel - As produtoras independentes e a internacionalização da produção da ficção televisiva na ibero-america* (pp. 255-284). Ediciones UC. https://obitel.s3.us-west-1.amazonaws.com/anuario2023/sp/Obitel23_s.pdf
- 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>
- Cardoso, G., Vieira, J., & Mendonça, S. (s.d.). *Ecrãs em Rede Televisão: Tendências e Prospectivas*. Obercom. <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/Ecr%C3%A3s-em-Rede-%E2%80%93-Televis%C3%A3o-Tend%C3%Aancias-e-Prospectivas.pdf>

- Cardoso, G., Vieira, J., & Mendonça, S. (2011). *Ecrãs em Rede Televisão: Tendências e Prospectivas*. Obercom.
- Cardoso, G., & Quintanilha, T. (2014). A Sociologia da mediação e dos Ecrãs. In G. Cardoso (Ed.), *Sociologia dos Ecrãs* (pp. 6-15). ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. https://www.researchgate.net/publication/301788901_Sociologia_dos_Ecras_-_Sociologia_de_las_Pantallas_draft_de_livro_parcial
- Casetti, F., & Odin, R. (1990). De la paleo- à la néo-television. *Communications*, 51, 9-26. https://www.persee.fr/issue/comm_0588-8018_1990_num_51_1
- Catalão, D. (2011). Jornalismo televisivo na Internet: emergência e desafios. *Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura*, 10, pp. 147-154. <http://hdl.handle.net/10437/6062>
- Coelho, P. (2005). *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*. Livros Horizonte.
- DataReportal. (2023). *Digital 2023 Portugal - The Essencial Guide to the last connected behaviours*. <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2023-portugal-february-2023-v01>
- Deery, J. (2003). TV.com: Participatory Viewing on the Web. *The Journal of Popular Culture*, 37(2). <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1540-5931.00062>
- Eco, U. (1983). *Viagem na irrealidade cotidiana*. Nova Fronteira.

Higgins, D. (1966). Intermedia. *The Something else Newsletter*, 1(1). https://img1.wsimg.com/blobby/go/5066a8fc-6528-4007-92fd-2578fda82c6a/Something-Else-Press_Newsletter_V1N1.pdf

Kerckhove, D. (1997). *A pele da cultura*. Relógio D'Água.

Lopes, F., Loureiro, M. & Neto, I. (2013). O ecrã da (hiper) televisão: novos olhares a partir das emissões dedicadas ao Euro 2012 na TV portuguesa. *Jornal Observatório*, 3(7), pp. 35-57. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/39009>

Loureiro, L. M. (2008). Convergência e hipermodernidade: emerge a TV do ego. *Prisma.com*, 7, 315-338. <https://ojs.letras.up.pt/index.php/prisma.com/article/view/2068>

Loureiro, L. M. (2009). O meu Telejornal já não é o nosso: Questões que o determinismo tecnológico coloca ao dispositivo televisivo. *Comunicação e Sociedade*, 15, 163-172. <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1462>

Lucena, S. (2018). Da televisão analógica aos canais do Youtube na Internet: outras formas de produzir e partilhar. *Revista Docência e Cibercultura*, 2(2), pp. 31-50. <https://doi.org/10.12957/redoc.2018.32529>

Jenkins, H. (2006). *Converange culture: where old and new media collide*. New York University Press. https://www.academia.edu/34091957/Henry_Jenkins_Convergence_culture_where_old_and_new_media_collide

Martins, L. O. (2006). *Mercados Televisivos Europeus: causa e efeitos das novas formas de organização empresarial*. Porto Editora.

- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press.
- McQuail, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Muanis, F. (2013). O tempo morto na hipertelevisão. In A. Brasil, E. Morettin, & M. Lissovsky (Orgs.), *Visualidades hoje* (pp. 173-189). EDUFBA. https://www.academia.edu/4568867/O_tempo_morto_na_hipertelevis%C3%A3o
- Nichile, M. (2015). O fim da televisão, um fim ou um recomeço? *Galáxia*, 29, 290- 292. <https://www.redalyc.org/pdf/3996/399641255022.pdf>
- Opto. (s.d.). Perguntas Frequentes. <https://opto.sic.pt/perguntas-frequentes>
- Santos, R. (2004, julho 16). *Paleotelevisão e Neotelevisão. Hypotheses*. <https://industrias-culturais.hypotheses.org/10405>
- Santos, A. (2022). *Do broadcast ao streaming: Opto, a nova forma de ver televisão em português* [Dissertação do Mestrado, Universidade Fernando Pessoa (UFP)]. <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/11528>
- Silverstone, R. (1992). *De la Sociología de la Televisión a la Sociología de la Pantalla: bases para una reflexión global*. <https://www.semanticscholar.org/paper/De-la-sociolog%C3%ADa-de-la-televisi%C3%B3n-a-la-sociolog%C3%ADa-Silverstone/e0b49889dae902c4608c673b632a4973823ecf7d>

Scolari, C. (2009). Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la televisión contemporánea. In S. Squirra, & Y. Fekine (Org.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Sulina.

Vanattenhoven, J. & Geerts, D. (2015). *Broadcast, video-on-demand, and other ways to watch television content: a household perspective*. [Trabalho apresentado]. TVX '15: Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video. <http://dx.doi.org/10.1145/2745197.2745208>

Yin, R.K. (2003). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Bookman.



UTPL
La Universidad Católica de Loja