



Escola de comunicação e Artes

Mestrado em Gestão dos Media

Digitais

Relatório de Estágio

Perfil de um programa televisivo na era digital

Caso do programa “Tem a Palavra” da Rádio e Televisão
de Portugal - África

Mestranda: Assimina Orlanda Macuácua

Maputo, Junho de 2024



Escola de comunicação e Artes
Mestrado em Gestão dos Media
Digitais

Relatório de Estágio

Perfil de um programa televisivo na era digital
Caso do programa “Tem a Palavra” da Rádio e Televisão
de Portugal - África

Mestranda: Assimina Orlanda Macuácua

Orientador: Dr. António Ndapassoa

Maputo, Junho de 2024

*À minha mãe, **Amélia Pedro Neves Macuácu**a, que é um exemplo de força.
Uma mulher que muito cedo foi apresentada pela vida, o verdadeiro sentido da
palavra sofrimento, mas que nunca desistiu de lutar e que ensinou aos seus três
filhos a lutarem pela vida.*

*Ao meu querido e eterno pai, **Albino Vicente Macuácu**a, que nem se quer me pôde
ver entrar na universidade para tirar a licenciatura, mas que desde sempre me
ensinou que uma mulher necessita de estudar, tanto quanto um homem, para que
possa ser ela própria dona da sua jornada, académica, profissional e pessoal.
Eternas saudades.*

Agradecimentos

Agradecer é um gesto de reconhecimento a aqueles que nos apoiaram em algo que é, ou que foi importante. Ninguém caminha só nas suas jornadas, pois, a ajuda mútua é parte do sentido de viver em sociedade.

Após esta jornada de cerca de 2 anos, tenho muito a agradecer. Agradeço **Allah** pela oportunidade de cumprir mais um desafio e pela dádiva de me ter guiado até a recta final.

Deixo nesta página um agradecimento ao **Doutor Adélio Dias**, uma das pessoas mais humildes, compreensivas e humanas que conheci e que fizeram parte desta jornada. Sou muito grata por me ter apoiado desde o primeiro dia quando solicitei uma carta de recomendação para me inscrever no mestrado e por ter continuado a apoiar-me, mesmo quando decidi viajar a Portugal para dar vida ao estágio que resultou neste relatório de culminação do Mestrado em Gestão de Media Digitais.

O meu muito obrigado vai para o meu tutor, **Dr. António Ndapassoa**, que mesmo em meio a todas as dificuldades, particularmente a geográfica, aceitou o desafio de tutorar-me a distância e pacientemente guiou-me nessa jornada.

Não posso deixar de agradecer à RTP, especialmente à equipa da RTP África. Ao **Director José Arantes**, à **subdirectora Carla Adão**, à **Diana Pedro Tavares**, à **Flávia Brito**, à **Paula Paiva**, à **Paula Gomes**, ao **Jorge Naré**, ao **Romão**, ao **Victor Hugo**, e a todos que tornaram a minha experiência na RTP a melhor que poderia imaginar e que pacientemente esclareceram todas as dúvidas que uma estudante poderia ter. Agradeço ainda de forma particular e especial à **Carla Adão**, a oportunidade que me deu de produzir de forma individual um documentário durante os meus meses de estágio (Documentário "Melodia do Povo") que foi para o ar na emissora.

Não posso deixar de agradecer ao **Óscar Timóteo**, pelo apoio moral, pela colaboração, pelas sugestões, por partilhar comigo este sonho e pelas revisões de escrita, bastante necessárias e importantes para a composição do produto que aqui se apresenta.

Agradeço profundamente à minha família, a minha mãe, **Amélia Pedro Neves Macuácuá**, que mesmo sem perceber algumas coisas, apoiou mais este sonho meu e o viveu como sendo dela. Ao meu irmão, **João Igor Bandeira Macuácuá**, pelo constante apoio moral e por sempre ser a inspiração que procuro, referência de aluno inteligente, estudioso, o génio académico que, eu, irmã mais nova sempre quis ser.

Agradeço aos meus colegas de academia que fizeram o Mestrado em Gestão de Media Digitais comigo, especialmente a **Marta Massango**, por tornarem esta experiência académica, um desafio de aprendizagem colectiva, que possibilitou o estreitamento de novos laços e o reforço dos antigos.

Índice

Agradecimentos	3
Índice.....	5
Resumo	7
Abstract	8
Lista de abreviaturas e siglas	9
I. Introdução.....	15
II. Enquadramento teórico.....	18
2.1. Surgimento da media.....	18
2.2. A digitalização.....	18
2.3. Linha editorial	24
2.4. Formatos Televisivos	25
2.5. Plataformas digitais	26
2.6. Significado de interactividade na era da televisão digital	27
III. Metodologia	30
IV. Memória descritiva do estágio na RTP África.....	31
4.1. Percurso histórico da televisão em Portugal: do analógico ao digital.....	31
4.2. Grupo RTP e a RTP África: estrutura e funcionamento	34
4.3. Programa “Tem a Palavra” (objecto de estudo)	37
V. Relatório de estágio	38
5.1. Cronograma de actividades do estágio.....	41
VI. Análise	43
VII. Considerações finais	49
Bibliografia	59
Apêndices (1).....	62

Entrevistas	62
Entrevista nº 1	63
Entrevista nº 2	66
Entrevista nº 3	70
Entrevista nº 4	72
Apêndices (2).....	75
Quadro detalhado de horas e actividades do estágio.....	75

Resumo

O presente estudo aborda o perfil do programa televisivo “Tem a palavra”, transmitido na estação de Rádio e Televisão de Portugal – RTP África, em Portugal. O objectivo do estudo é analisar o perfil do programa e o seu processo de produção. De modo mais específico, o estudo analisa a linha editorial, o formato do programa e a utilização das plataformas digitais para a divulgação do programa.

A metodologia utilizada foi a observação participativa, análise dos processos de produção do programa no estúdio, associada a pesquisa documental de especialidade, incluindo a utilização da técnica de entrevista semi-estruturadas aos coordenadores, produtores e realizadores do programa. O estudo constatou a existência de enorme movimento tecnológico para garantir a produção do programa, complementado pela ação humana na gestão, produção, edição e realização do programa “Tem a palavra”, enquanto parte da indústria comunicacional enfrenta desafios de ordem deontológica que esbarram no exercício da direita de cidadania, tornando este, ainda que fundamental, num elemento quase vetado durante a produção de conteúdos pelos media.

As actividades práticas e a análise realizadas incidiram sobre questões como a linha editorial, o formato e a utilização de plataformas digitais. No entanto, o culminar deste exercício percorre rumos inesperados ao apresentar o entendimento de que existe um movimento tecnológico muito grande e necessário para a indústria comunicacional, mas que em paralelo a esse movimento nota-se que a adaptação ao digital é apenas um detalhe quando ainda se convive com grandes dilemas de ordem deontológica que barram o exercício da cidadania. Portanto, as novas tecnologias têm tomado conta dos meios de comunicação social e a transição tem sido paulatina, mas as questões que regem o exercício da profissão do comunicador permanecem sendo as tradicionais.

Palavras-chave: Media; Novas tecnologias; Digitalização; Plataformas digitais.

Abstract

The present work is the result of a curricular internship at Rádio e Televisão de Portugal – RTP in Lisbon for six months, which consisted in participatory observation and analysis of the profile and production process of the television show “Tem a Palavra”, one of the main informative content of RTP África channel. One of the main points of this student work is to analyse this television show profile.

The survey of data presented throughout the work was complemented by documentary research and interviews with the channel’s main coordinators and program producers. The practical activities and analysis carried out were focused on issues such as the editorial line, the format and the use of digital platforms. However, the culmination of this exercise goes in unexpected directions by presenting the understanding that there is a very large and necessary technological movement in the communication industry that leads to the development, but it is possible to perceive that the adaptation to digital is just a detail when we still dealing with great dilemmas like the deontological ones that block the exercise of citizenship.

Therefore, the new technologies have taken over the means of social communication and the transition has been gradual, but the issues that govern the exercise of communicator’s profession remains the traditional ones., what is very important to remember.

Keywords: Media; New technologies; Digitalization; Digital platforms.

Lista de abreviaturas e siglas

AM – Amplitude

Modulada

FM – Frequência

Modulada

PALOP – Países Africanos de Língua Oficial

Portuguesa RDP – Radiodifusão Portuguesa

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

TCC – Trabalho de Culminação de

Curso

TDT – Televisão Digital Terrestre

TV – Televisão

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Relatório de Estágio de Assimina Macuácuca - Perfil de um programa televisivo na era digital

Assimina Orlanda Macuácuca

Relatório de estágio

Perfil de um programa televisivo na era digital

Caso do programa “Tem a Palavra” da RTP

África

Trabalho apresentado no Mestrado em Gestão de Media Digitais da Escola de Comunicação e Artes (ECA), da Universidade Eduardo Mondlane (UEM), como requisito final para a obtenção do grau de Mestrado em Gestão de Media Digitais.

Maputo, Junho de 2024

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Relatório de Estágio de Assimina Macuácuca - Perfil de um programa televisivo na era digital

I. Introdução

O presente estudo analisa o perfil de um programa televisivo denominado “Tem a palavra”, transmitido na estação de Rádio e Televisão de Portugal – RTP, mais concretamente no canal RTP África, um programa de carácter informativo que aqui passa a protagonista do estudo no cenário quem se pretende verificar a questão da digitalização no cenário comunicacional.

O regulamento para elaboração de Trabalho de Culminação de Curso (TCC) da Escola de Comunicação e Artes, uma unidade orgânica da Universidade Eduardo Mondlane, preconiza no seu Artigo 14º (Modalidade de TCC), entre outras opções, a realização de estágio curricular e a subsequente produção de um relatório, como condição para a obtenção do grau académico de Mestre. É neste âmbito que se enquadra o presente relatório, cuja elaboração observa o previsto na alinha b) do Artigo 8º (Objectivos) do referido regulamento, que explica que O TCC tem por objectivo:

b) “aplicar conceitos e métodos apreendidos ao longo dos conteúdos disciplinados e em situações reais de vivência, articulando a teoria e a prática, quer em forma de Monografia; Projecto Experimental; Trabalho Artístico; Relatório de Estágio e Exame de Estado.”

O Relatório de Estágio que aqui é apresentado surge no contexto da realização do estágio curricular concretizado em Lisboa – Portugal, durante um período de seis meses (1 de Fevereiro à 29 de Julho de 2022), na RTP África, canal televisivo pertencente ao serviço público de Rádio e Televisão de Portugal e propõe a realização de uma reflexão em torno do perfil de um programa televisivo de carácter informativo na era digital.

O espectro de actuação deste relatório centra-se no programa “Tem a Palavra”, constituindo uma análise de caso específico, onde se pretende realizar o cruzamento entre a teoria leccionada durante o Mestrado (Gestão de Media Digitais) e as práticas desenvolvidas pelos profissionais de televisão em contexto digital.

A ideia de realizar um estágio curricular fora de Moçambique surgiu da curiosidade de observar outras realidades tecnológicas e, sobretudo, de compreender

de que forma, esta nova era tecnológica pode influenciar o surgimento de novos rumos na indústria comunicacional, tendo em conta que o continente Europeu está mais avançado tecnologicamente do que o Africano.

Os resultados do estágio, em que se incluem a experiência adquirida pela estudante assim como as conclusões expostas no presente relatório, podem contribuir para apoiar países como Moçambique na identificação e partilha de estratégias e práticas usadas na produção de conteúdos televisivos no contexto digital, bem como na sinalização e identificação dos pontos-chave que envolvem todo o processo da digitalização.

O presente relatório de estágio encontra-se dividido em nove capítulos, nomeadamente: introdução, contextualização, enquadramento teórico, critérios de análise do programa, metodologia, memória descritiva do estágio, estrutura do estágio curricular, análise e considerações finais e apêndices, parte complementar em que se encontram presentes as entrevistas realizadas com os principais elementos de na realização do programa em estudo e com o efetivo que atua diretamente nas áreas voltadas a parte digital, neste ultimo capítulo do trabalho encontra-se igualmente sistematizadas todas actividades e correspondentes horas de estágio realizadas na emissora RTP África.

Os capítulos que compõem o trabalho desencadeiam-se de forma natural, pois, ao lançar-se um olhar para o perfil de um programa televisivo na era digital, torna-se necessário abordar a questão do contexto de desenvolvimento dos antigos e novos media de comunicação social (contextualização), bem como perceber as suas tendências e transformações no mercado (enquadramento teórico). O processo de desenvolvimento da televisão em Portugal é também um dos pontos abordados, onde se passa incontornavelmente pela história da RTP e pelo surgimento da RTP África.

Numa perspectiva mais técnica do relatório desenrolam-se os principais pontos e actividades desenvolvidas durante o estágio, onde se podem verificar no capítulo relativo a memória descritiva do estágio e também, conforme anteriormente citado, podem ser encontrados de forma mais detalhada nos apêndices. São igualmente arrolados os três elementos anteriormente citados que foram usados como indicadores no processo de análise de modo a facilitar o cruzamento de dados e obtenção de conclusões.

Por fim, é feita a análise do perfil identificado no programa e da totalidade do conteúdo das entrevistas apresentado durante o relatório recorrendo-se para o efeito aos critérios de escrutínio descritos no enquadramento teórico.

II. Enquadramento teórico

2.1. Surgimento da media

Os pesquisadores do campo da comunicação possuem uma extrema dificuldade em encontrar um significado único para a palavra “media”, essa dificuldade está expressa na existência de várias definições para o termo. No entanto, “media” pode ser definida como uma extensão ou decorrência natural de conjunto de meios/veículos de comunicação, que passam por televisão, rádio, jornal, internet, redes sociais, etc. (Guazina, 2007).

O início da *media* deu-se no princípio do séc. XVI com o surgimento da imprensa escrita, possibilitada pelo surgimento da prensa móvel, feito atribuído a Johann Gutenberg (Guazina, 2007). De forma resumida pode-se dizer que o surgimento da imprensa escrita foi um marco mundial, responsável por abrir caminho para o surgimento de outros veículos de comunicação que viriam posteriormente a compor o conjunto de veículos ou meios de comunicação que hoje é denominado *media*.

2.2. A digitalização

Desde os finais do séc. XX o mundo experimenta um processo de transição que vem substituindo gradualmente os sistemas e processos de produção, distribuição e de acesso a conteúdos que eram antes realizados através de meios analógicos por meios digitais de processamento de informação. Este fenómeno, chamado digitalização, tem impacto directo em toda a lógica de produção e consumo de conteúdos mediáticos (Quadros & Lopez, 2014).

Nos meios de comunicação as transformações ocasionadas pelo espelhar da digitalização são inegáveis, irreversíveis e cada vez mais progressivas, um fenómeno chamado por alguns pesquisadores do campo de “*mediamorfose*” (Joanguete 2018).

A digitalização no contexto comunicacional veio permitir a transmissão de

quantidades elevadas de informação. Este facto possibilitou o aumento da oferta de conteúdos através de protocolos de alta velocidade de transmissão, juntamente com serviços avançados de interactividade. Neste âmbito, o relevo decisivo foi concedido às escolhas e acções iniciadas pelos subscritores em domínios como a activação de guias de programas electrónicos, a iniciação de correntes de vídeos personalizados, o acesso a sinais de vídeo alternativos. Prosseguindo, Machado (2013), refere que estas instâncias devem ser consideradas relacionando-as com aspectos como a utilização de salas de conversação, troca de mensagens por correio electrónico associados a sinais de vídeo, acesso a interfaces gráficas dotadas de informações complementares ao sinal de vídeo recebido, a possibilidade de adquirir bens e serviços relacionados com a emissão a que se assiste (Machado, 2013).

Todos os veículos de comunicação fazem parte do processo de digitalização, o jornal impresso, a rádio, o cinema, a televisão, associados ao surgimento de outras tecnologias, como os computadores, os telemóveis, os receptores móveis e os videojogos em rede, onde todos passam a possuir suportes de recepção multifuncionais, multimédia, convergentes e interactivos (Kieling, 2011).

Embora a digitalização tenha várias nuances, no seu sentido mais simples, digitalizar significa transferir dados que se encontram em formato físico, para o ambiente virtual, tal como, por exemplo, acontece com os jornais que passam a estar disponíveis nas plataformas digitais (Ferreira, 2006). Neste processo de transformações entre o analógico e o digital no caso particular da televisão e da rádio, que são veículos bastante característicos pela sua magnitude de produção e funcionamento, este processo passa a significar uma redução drástica dos elementos que compõe a cadeia de valor que assume uma estrutura reformulada, mais minimalista e focada em dois elementos, que se resumem em produção e distribuição (Joanguete 2018).

O pesquisador e autor de um grande leque de obras relativas a questão da digitalização no mundo e em Moçambique, Joanguete (2018), afirma que os campo da produção de conteúdos digitais, o processo caminha pela incorporação de outras indústrias criativas e valorização das novas narrativas audiovisuais, já a parte da distribuição requer uma dose adicional de criatividade, como é a questão das vendas personalizadas de serviços e produtos, comercialização de horários de programação e

de aplicativos e plataformas ou de outros conteúdos pagos.

No âmbito audiovisual digitalização poderia ser entendida, em termos práticos, como a diminuição da largura de banda dos sinais de transmissão de conteúdos, que permite que haja maior qualidade do sinal audiovisual e a possibilidade de funcionamento de um maior número de canais com o mesmo sinal. Condiciona uma ilimitada possibilidade de bandas de áudio, para além da abertura para conteúdos na telefonia móvel. Trata-se de todo um sistema tecnológico que constitui uma solução única e completa para a transmissão, processamento e recepção de conteúdos de voz, vídeo e dados (Costa, 2018).

No contexto da rádio, a forma mais simples de perceber a digitalização, é entendendo o interesse em oferecer cada vez mais qualidade ao ouvinte, na medida em que a frequência em AM (Amplitude Modular), passa a ter a mesma qualidade de som que a FM (Frequência Modular) e a FM por sua vez passa a ter a mesma qualidade de um CD. Mas a digitalização deste veículo, não está limitada à qualidade, pois a novidade da rádio digital é relativa a possibilidade de interação com o ouvinte, através da criação de novos canais de comunicação (Prata, Santos, Campelo, & Pessoa, 2011).

O fenómeno do surgimento e massificação da digitalização deu origem ao processo a este dito processo de transformação dos media que por seu turno originou o termo media digitais, que significaram para os órgãos de comunicação social não simplesmente uma adaptação técnica, mas a também a oportunidade de operar numa nova plataforma a qual potencial foi identificado pela indústria dos media como determinante. Ao longo do tempo sobre saiu-se o facto de que os media digitais não são apenas um desdobramento dos media clássicos, mas afirmativamente um produtor completamente novo de produção e distribuição de conteúdos informativos com potencialidades e características autênticas (Joanguete 2018).

De acordo com Quadros e Lopez (2014), a interactividade em rádio apenas foi otimizada no processo de digitalização, pois a rádio sempre foi um veículo de comunicação bidireccional por excelência, pois sempre foram enviadas cartas, realizaram-se chamadas, com vista a garantir a participação do ouvinte. Os meios de interactividade digitais como o e-mail, salas de bate-papo, programas de mensagens instantâneas (MSN), sites, formulários para solicitação de músicas, entre outros, são

mecanismos que apareceram apenas para flexibilizar e melhorar a qualidade de interação que já existia (Quadros & Lopez, 2014).

A outra face da digitalização deste veículo é a transmissão de rádio via internet, pois as rádios passam a transmitir on-line, para além de manterem a transmissão nas frequências em AM e FM. Possibilita-se, também o surgimento de novas emissoras, que actuam apenas na internet em forma de web rádios, o que ajudou a expandir o território desse media e em certa medida, facultou para que fossem superadas as limitações inerentes a sua natureza analógica. A audição do rádio se expandiu para diferentes suportes – telemóveis, computadores, *tablets*, *smart speakers*, *sites*, plataformas de *streaming* de áudio e televisões por assinatura – trazendo novidades aos processos de produção, distribuição e comercialização de conteúdos (Bianco & Prata, 2020).

Os avanços tecnológicos que ditaram o desenvolvimento dos processos de digitalização não só causaram alterações nos meios de comunicação existentes, mas também ditaram o surgimento de novos meios de comunicação associados particularmente a internet, as redes sociais.

As redes sociais são a digitalização da convivência humanas, conseqüentes da vivência em sociedade, traduzidas em novos meios de interação, que de uma maneira nunca vista possibilitaram a aceleração e a pluralidade de mensagens ou ideias propagadas, bem como seu entendimento e a procura de algo comum. Neste contexto a internet, toma uma posição especial, pois além de possibilitar um número ilimitado de mensagens, abre ainda mais espaço para que sejam gerados conteúdos por parte de qualquer indivíduo, através de redes sociais e plataformas digitais abertas, como blogs, sites, redes de relacionamentos, etc. (De Mello, Gonçalves, Santos, & Fischer, 2009).

Na televisão, as principais transformações tecnológicas voltadas ao âmbito digital iniciaram em 1949 com o lançamento do sistema de televisão a cabo pago, que visava melhorar a captação dos canais tradicionais, pois antes desse evento o sinal televisivo era aberto, mas fraco e geralmente havia distorção e imprecisão da imagem. A partir do século XVII entraram em funcionamento os satélites de comunicação comerciais, que inauguraram uma nova era no sistema de transmissão de sinal televisivo, a era que nos conduz até ao cenário actual, caracterizado não só pela

recepção de um melhor sinal de televisão pelos espectadores, mas particularmente pela possibilidade de interactividade oferecida (Brittos, 2002).

No contexto da “era digital” o modelo de consumo altera-se em função da multiplicação de canais, das plataformas, do crescente número de solicitações de comunicação ou opções de entretenimento. A realidade mediática apresenta mais complexidade do que foi num passado recente, pois as novas tecnologias diminuíram a distância clássica entre o emissor e o receptor, de tal forma que, actualmente, ambas funções podem até confundir-se, mas também devido a tendência crescente de individualização da oferta e fragmentação por micro-público, uma propensão que foi acelerada pela popularização da internet (Portela, 2019).

A *regie*¹ está situada no sofá do telespectador ou em qualquer outro local à sua escolha. Na transmissão de um jogo de futebol, por exemplo, os telespectadores poderão participar na configuração da transmissão, a seleccionar a perspectiva dada por diferentes câmeras ou as imagens que querem ver repetidas em câmara lenta. Do mesmo modo, ser-lhes-á possível ter acesso à composição das equipas, a dados bibliográficos sobre os jogadores, as estatísticas, etc. O mesmo poderá ainda adquirir a camisola do seu jogador preferido e trocar impressões (Machado, 2013).

Em suma, pode-se afirmar que os *media* se dirigem de forma progressiva a um cenário de maior multiplicidade de públicos fragmentados com interesses, hábitos e gostos distintos, cuja constituição deixou obrigatoriamente de estar relacionada a localização geográfica, como um dos principais factores agregadores (Portela, 2019).

¹ Regie: local a partir do qual faz-se o controle técnico de uma televisão (definição da imagem que aparecerá na tela do espectador; títulos; etc).

² Box: dispositivo para conversão de sinal transmitido pela emissora de televisão.

O consumidor deste contexto tornou-se difícil de mapear e, por conseguinte, igualmente complexo de agradar, pois, é parte de um mosaico altamente fragmentado que, com recurso as novas tecnologias, tem a capacidade de compor a sua própria programação televisiva, onde pode definir de forma absolutamente autónoma o que rejeitar ou como, onde e quando deseja ver determinados programas, através das *boxes*² interactivas que permitem gravar, recuar e adiantar conteúdos, ou dos dispositivos móveis e plataformas *online* de *streaming*³.

Neste novo cenário o consumidor é um dos elementos chave neste processo, assume um dos papéis de protagonismo, no entanto, uma vez que a dita digitalização vem trazer maiores comodidades e possibilidades para o próprio consumidor, é imprescindível referir que este consumidor para que possa beneficiar-se na totalidade desta evolução da media alicerçada a digitalização, deverá estar devidamente alfabetizado tecnologicamente e capaz.

O pesquisador Celestino Joanguete, no artigo Televisão Digital – Actual Debate de Mudança no Cenário Mediático Moçambicano, refere que a alfabetização mediática tem por objectivo conferir competências, conhecimentos e compreensão que permitem ao cidadão utilizar os media de forma eficaz e segura, e havendo ausência deste processo, ainda que haja um esforço considerável dos media de adaptação aos novos cenários, não se pode contar com o desenrolar completo do processo de digitalização, sendo então necessária alguma bilateralidade, onde a media abraça as mudanças e oferecem novas possibilidades de interação com os media aos cidadão, que por seu turno dispõem do conhecimento necessário para usufruir das mesmas. No entanto importa referir que ainda que seja uma questão importante e de certa forma incontornável quando o assunto em questão é voltado a digitalização dos media, a questão da alfabetização mediática, não constitui o ponto principal no presente trabalho, sendo este reservado a de forma integral ao processo de digitalização e ao perfil do programa televisivo em questão.

³ Streaming: tecnologia de transmissão de conteúdos multimédia (imagem; som; texto), através da internet sem a necessidade de downloading.

2.3. Linha editorial

De acordo com a literatura de especialidade, a linha editorial é a aplicação, na prática, da selecção que os veículos fazem do que será divulgado, ou seja, a óptica através da qual a empresa jornalística vê o mundo. Esta visão decorre do que se decide publicar em cada edição, privilegiando alguns assuntos em detrimento de outros, que, até, em dadas circunstâncias, podem chegar a ser omissos (Paixão, 2018).

Para o sociólogo francês Érik Neveu, citado no Artigo "Linha editorial no jornalismo brasileiro: conceitos, génese e contradições entre a teoria e a prática", a nomenclatura linha editorial é definida pelo director de redacção, com influência do grupo de accionistas do jornal, do seu director geral ou de uma sociedade de redactores e pode ser traduzida tanto num posicionamento político no sentido amplo, na escolha do tipo de informação e do tratamento do facto que a publicação privilegiará (Paixão, 2018). Para Lage (2017) citado por Paixão (2018), "a linha editorial é classificamente definida pelo confronto dos interesses comerciais e políticos da empresa com as aspirações e desejos dos leitores e a intenção dos jornalistas de lhes levar informações que considerem necessárias, proveitosas ou úteis.

Da análise destes posicionamentos, percebe-se que a ideia de linha editorial é regida a partir de princípios de alguma forma subjectivos que estão directamente associados aos interesses ou valores que orientam a própria instituição.

No presente caso, interessa-nos particularmente trazer esta componente para o estudo como um dos parâmetros de análise, na medida em que pretende-se traçar o perfil de um programa informativo na era digital. Constitui parte fundamental da percepção do perfil compreender que género de linha editorial o veículo segue. No entanto, a análise deste aspecto poderá ser considerada como um elemento complementar, uma vez que o olhar da pesquisa está voltado particularmente ao contexto digital e este poderá ter pouquíssimas implicações na linha editorial.

2.4. Formatos Televisivos

A professora de comunicação Yvana Fachine, no seu artigo “Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos”, refere que todos os programas privilegiam o formato como a unidade básica de recepção da televisão: o espectador liga a televisão para assistir a algo. Nesse caso, admite-se que o espectador possa estar, deliberadamente, a procura de determinados formatos, o que justifica por si só a preocupação inicial e mais pontual com o conhecimento dos modos de organização dos programas. Desta forma, a idealização de um programa e a sua aceitação pelo público estão directamente associados ao formato (Fachine, 2001).

A autora distingue 12 formatos que podem definir um programa (Fachine, 2001):

- **Formato fundado no diálogo:** é baseado essencialmente na conversação interpessoal na exploração das situações de interlocução directa e nas suas diferentes manifestações (debates, entrevistas);
- **Formato fundado no folhetim:** é baseado em narrativas em serie ou histórias de costume cotidiano;
- **Formato fundado no filme:** é baseado na narrativa fílmica ou cinematográfica (telefilmes, documentários);
- **Formato fundado na performance:** é articulado em torno da realização de uma performance (cénica; artística; musical);
- **Formato fundado no jogo:** articula-se em torno de disputas por prémios e/ou em torno de sorteios, da solução de questões, enigmas e adivinhações;
- **Formato fundado no apelo pedagógico:** tem por objectivo explícito ensinar algo ao telespectador;
- **Formato fundado na propaganda/publicidade:** explora um discurso nitidamente persuasivo com o objectivo explícito de vender algo ao espectador;
- **Formato fundado na paródia:** é de apelo cómico-humorístico ou paródico com a intenção explícita de “fazer rir”;
- **Formato fundado no jornalismo:** é voltado para a divulgação, discussão e

repercussão de actualidades, tendo como referência os modelos narrativos informativos do jornalismo nas media que antecederam a própria televisão (telejornais, programas jornalísticos temáticos);

- **Formato fundado na transmissão directa:** é aquele cujo sentido está intrinsecamente associado à simultaneidade entre a realização do acontecimento e a sua transmissão pela televisão (por exemplo transmissão de partidas desportivas em directo);
- **Formato fundado nas histórias em quadrinhos:** articula narrativas baseadas na animação de formas estáticas (desenhos, bonecos);
- **Formato fundado no voyeurismo:** fundado na Ideia da televisão como dispositivo de “visão permanente”. Explora os recursos e efeitos proporcionados pelo uso das câmeras de televisão “como câmeras de vigilância” para flagrar situações e comportamentos da “vida real”.

2.5. Plataformas digitais

Fazer perceber o que significa plataforma digital ou até mesmo evolução tecnológica é uma tarefa que pode ser naturalmente classificada como complexa, pois é certo pensar que as transformações digitais causadas pelo surgimento de cada vez mais e novas plataformas digitais é facilmente sentido na forma como se vive, trabalha, aprende ou socializa, mas a fugacidade a que essas transformações fazem-se sentir no nosso quotidiano é exactamente um dos elementos que contribui para a existência de dificuldades em compreender estes novos elementos e sobretudo de habituar-se a eles (Nunes, 2020).

Em linhas gerais, pode ser afirmar que plataformas ou canais digitais são espaços virtuais, que podem ser pensados como lugares para troca de informações, bens ou serviços entre produtores e consumidores, constituindo, portanto, ferramentas de negócios (Nunes, 2020).

Na esfera comunicacional, conforme foi referido ao longo dos capítulos anteriores do presente trabalho, o surgimento de cada vez mais e novas plataformas digitais gerou alterações neste mercado sobre o ponto de vista do consumidor que condicionaram também o modo de actuação dos media. No caso específico do

programa televisivo em estudo, importa perceber quais são as plataformas usadas e de que forma este conteúdo relaciona-se com elas, sem descurar do factor interactividade com o público, que é a “maior oferta” da era digital.

2.6. Significado de interactividade na era da televisão digital

No ramo comunicacional, vários autores debateram-se sobre a tentativa de definir interactividade. Das tentativas realizadas com esse intuito surgiram pontos e contrapontos provenientes das distintas percepções existentes. Por exemplo, Sunder citado por Vieira (2013), no artigo do periódico “arcosDesign”, refere a interactividade como um atributo tecnológico e não do usuário, pois, se uma pessoa tem habilidades adequadas para usar uma interface específica, esta pode ser avaliada como muito interactiva. Ao passo que se não tiver, pode ser avaliada como pobre, o que indica que a interactividade gira em torno do meio tecnológico ou veículo e da capacidade de uso do mesmo e não da capacidade do usuário.

Já Vieira (2013), reflecte sobre a interactividade de forma mais ampla, onde acredita que este fenómeno apresenta relação directa com o contexto comunicacional. Para o autor, o foco está na comunicação entre os usuários, e a interactividade é por seu turno é um atributo desse processo e não da tecnologia que o medeia.

De forma muito simplificada e facilmente compreensível Pierre Lévy referiu na sua obra “Cibercultura” publicada em 1999, que o termo “interactividade”, em linhas gerais, ressalta a participação activa do beneficiário de uma transacção de informação. O que quer então dizer que ao se falar em interactividade refere-se que o canal de comunicação funciona de forma bilateral.

Na sua célebre obra “Os meios de comunicação como extensões do homem”, McLuhan (2007), introduziu dois conceitos que contribuíram para a delimitação do que viria a significar interactividade, os conceitos “meios quentes” e “meios frios”, o que demonstrou a preocupação dos estudiosos de comunicação em relação ao tipo de interacção existente com os usuários que cada meio de comunicação prevê.

Para o referido autor, os meios de comunicação quentes são os que não deixam

nenhum ou pouco espaço de interacção, já os meios frios são aqueles que permitem a interactividade e que deixam um lugar livre, onde os usuários poderão preencher ao interagir. Exemplo de meios quentes, para o autor, são o cinema, a fotografia, o teatro e o alfabeto fonético, pois, são baseados em mensagens prontas, sem possibilidade de intervenção.

Em relação aos meios frios, o autor aponta a palavra, a televisão, o telefone, o alfabeto pictográfico e o ciberespaço, pois, deixam lugar livre que os usuários podem preencher ao interagir. Estes dois pontos de segmentação dos *media* na visão do autor, conduzem-nos a um entendimento curioso da interactividade na televisão, pois, mesmo antes do surgimento da ideia de televisão interactiva ou interactividade na TV Digital, o meio já era visto como promotor de algum género de interactividade entre o emissor e o receptor (Macluhan, 2007).

“De facto, seria trivial mostrar que um receptor de informação, a menos que esteja morto, nunca é passivo. Mesmo sentado na frente de uma televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de inúmeras maneiras e sempre de forma diferente de seu vizinho” (Lévy, 1999, p. 79).

De acordo com Vilela (2010), existem cinco níveis televisivos pelos quais a televisão atravessou e através dos quais é possível medir o nível de interactividade do espectador, nomeadamente:

- **Nível 0** – exposição de imagens em preto e branco, disposição de um ou dois canais. **Acção do espectador:** ligar e desligar a televisão, regular o volume, brilho e contraste e trocar de canal;
- **Nível 1** – apresentação de cores, maior número de canais/emissoras.

Acção do espectador: Zapping (mudança de canais televisivos de forma consecutiva e rápida com recurso ao controle remoto), maiores opções de escolha de conteúdos e facilidade de controlo;

- **Nível 2** – surgimento de novos equipamentos periféricos acoplados a televisão (videocassete, câmeras portáteis e jogos electrónicos);

Acção do espectador: ganho de novas tecnologias que o permitem apropriar-se do objecto televisão. Passa a ver vídeos e jogar, grava programas, em que lhe é permitido ver e rever quando quiser;

- **Nível 3** – Aparecimento de sinais de interactividade de carácter digital.

Acção do espectador: interferência no conteúdo por meio de telefonemas, fax ou correio electrónico;

- **Nível 4** – chamado estágio da televisão interactiva.

Acção do espectador: passa a ser possível a sua participação no conteúdo a partir da rede telemática em tempo real, onde pode escolher os ângulos da câmara, diferentes encaminhamentos das informações, etc.

Becker e Montez citado por Vilela (2010), acreditam ainda na existência de mais três níveis complementares aos referidos por Lemos (2010). Assim, surge um quinto nível, no qual o usuário poderia ter uma presença mais efectiva no conteúdo, podendo participar através de meios de baixa qualidade, como uma *webcam*. No sexto nível a largura de banda seria maior, o que capacitaria ao usuário enviar vídeos da mesma qualidade que os emissores o fazem. Já o sétimo e último, estaria reflectido na oferta de interactividade plena ao espectador, de tal modo que este passa a ser confundido com o transmissor, nível em que a internet se encontra.

III. Metodologia

Conforme torna-se perceptível ao longo desta leitura, o presente relatório de estágio tem por objectivo compreender o perfil de um programa informativo de televisão na era digital, tendo em conta o facto do programa em questão ter sido criado num contexto entendido como digitalmente desenvolvido, *i.e.*, cerca de 9 anos depois de Portugal ter atravessado por completo do sistema de transmissão de sinal do analógico para o digital.

Uma vez que se trata de um relatório de estágio, a metodologia usada foi voltada ao método de observação, associado à participação no processo de produção de conteúdos informativos do canal, a ser complementado pela realização de entrevistas a profissionais da emissora directamente ligados ao programa, bem como a consulta de manuais e documentos orientadores éticos e deontológicos da RTP África. Tanto a observação, como a entrevista (ver Tabela 2), são instrumentos que se enquadram no método qualitativo, usados em trabalhos científicos para efectuar cruzamento entre os elementos teóricos e a prática.

a. Entrevistados⁴

Tabela 1 – Quadro de entrevista

Entrevistas		
Nome	Área	Cargo/função
Carla Adão	RTP África	Subdirectora do canal
Victor Hugo Mendes	RTP África	Apresentador
Élia Rodrigues	Multimédia/ RTP Play	Coordenadora de conteúdos multimédia
Nuno Patrício	Multimédia/ Site RTP Notícias	Jornalista

⁴ Entrevistas completas apêndices.

IV. Memória descritiva do estágio na RTP África

4.1. Percurso histórico da televisão em Portugal: do analógico ao digital

O peso e importância da televisão socialmente é uma realidade inegável em diversos contextos. Os investigadores portugueses Cádima e Grilo (1989), reforçam esta questão referindo por meio do seu olhar técnico-profissional que esteticamente indiferente, a televisão exerce um controlo efectivo sobre o social, fornecendo-lhe uma imagem, uma consciência, uma legalidade, quiçá, um real.

No contexto português os primeiros passos para o surgimento da televisão foram dados no séc. XX, por volta dos anos 50, momento em que iniciaram os estudos para a implementação de um serviço de televisão em território nacional. Entre 4 e 30 de Setembro de 1956, iniciaram-se as primeiras emissões experimentais da Radiotelevisão Portuguesa (RTP), feitas a partir da feira popular de Lisboa. A partir deste momento foi aberto um processo evolutivo contínuo neste campo que atravessou várias fases (Sobral, 2012).

A Radiotelevisão Portuguesa, surgiu como uma Sociedade Anónima de Responsabilidade Limitada (SARL por classificação comercial), com capital do Estado e de vários outros accionistas, entre os quais várias emissoras de radiodifusão privadas e de capital particular de algumas instituições bancárias. Durante o período experimental, a programação da televisão era preenchida por filmes, música e revistas filmadas. Os primórdios da RTP faziam também sobressair a intervenção do Estado e, simultaneamente, a inclusão de publicidades (Sobral, 2012).

Cerca de um ano após a primeira emissão experimental da RTP, iniciou a fase de emissões regulares/oficiais, aos 7 de Março de 1957, num contexto político caracterizado pelo regime ditatorial. Esta fase de consolidação do serviço televisivo em Portugal foi assinalada pelo monopólio estatal, que condicionou a actividade da RTP. No entender de Sobral (2012), que cita Coelho (2006), *“a televisão antes de 25 de Abril de 1974, para além de promover uma visão pastoral, funcionava como megafone do regime salazarista-marcelista.”*, pois, nos seus primeiros tempos, a televisão foi *“o principal porta-voz da política totalitária dos dois ditadores do*

Estado Novo.”

Nos finais de 1960 a emissora passa a funcionar a nível nacional e apenas oito anos depois (25 de Dezembro de 1968), surge o segundo canal televisivo da emissora. Já na década de 70, observa-se a queda do regime totalitário em vigor no país, com a revolução de 25 de Abril de 1974. Nesse contexto, dá-se lugar ao processo de nacionalização da RTP, fase em que o entretenimento ganha lugar na programação.

O início da década de 80 foi marcado pelo começo das emissões a cores e testemunhou ainda o surgimento das primeiras telenovelas portuguesas, influenciadas pelo sucesso notado na transmissão da primeira telenovela brasileira “Gabriela” em 1977, uma adaptação do romance de Jorge Amado.

Na segunda metade da década de 1980, a televisão vivenciou uma profunda mudança na área da media em Portugal, pois, numa altura em que a RTP ainda beneficiava da sua presença hegemónica, começaram a surgir ecos provenientes de outros cantos da Europa da necessidade de diversificação da oferta televisiva, vindos de países em que predominavam as televisões estatais e onde os gostos do público se tornavam variados, facto que propiciou a abertura de novos canais televisivos. Desta forma, evidenciou-se em Portugal a necessidade de reorganizar o sistema, que culminou na segunda revisão constitucional de 1989, o que propiciou o fim de vários anos de exclusividade estatal e a abertura da actividade de televisão ao sector privado.

Nos anos 1990 surgiram os dois primeiros canais de televisão privados em Portugal, nomeadamente, a Sociedade Independente de Comunicação – SIC (operante desde 6 de Outubro de 1992), e a Televisão Independente – TVI (cuja primeira emissão foi realizada a 20 de Fevereiro de 1993). O surgimento de operadores privados de televisão não só permitiram aumentar a oferta de programas, como também introduziram modificações na forma de se fazer televisão em Portugal e estabeleceram uma relação de proximidade com o telespectador.

No campo tecnológico, a década de 1990, em Portugal, testemunhou o lançamento da televisão a cabo, cujas emissões experimentais foram lançadas em 1994, o que permitiu o aumento da oferta de serviços televisivos em território português.

O “boom” dos anos 90 propiciou um cenário caracterizado pela existência de

diversos canais temáticos, que ampliou o espectro de actuação da media portuguesa. Para além dos canais generalistas públicos, começaram a emitir em sinal aberto dois operadores privados e vários outros canais sob a forma de televisão paga. Desta forma, notou-se a intensificação da disputa dos canais pela audiência, principalmente por parte dos canais generalistas, que passaram a apostar em propostas de conteúdos populares, com o intuito de conquistar o público. Nesta época a programação televisiva portuguesa já era distinta do que era nos primórdios, passando a ser marcada por programas informativos, comédias televisivas, entretenimento, telenovelas, concursos e seriados (Sobral, 2012).

A competitividade entre os canais televisivos privados e a rede pública estendeu-se durante os anos 2000, acentuando-se uma maior competitividade do mercado. Todas as projecções socioeconómicas visando o ano 2000 apontam para o surgimento duma sociedade extremamente diversificada, onde a comunicação desempenhará um papel fundamental. Ainda que este mesmo fenómeno se tenha vindo a verificar em doses ligeiramente reduzidas ao longo do tempo, a situação tornou-se ainda mais evidente com a multiplicação de canais de comunicação oferecidos ao cidadão do próximo milénio (da Silva, 1989).

Em 7 de Março de 2007 comemoraram-se os 50 anos de existência de emissões televisivas regulares em Portugal, e, em 2008, iniciou um novo processo tecnológico na televisão, que foi a preparação para a implementação da Televisão Digital Terrestre (TDT). Em 2009 as emissões em TDT iniciaram no território português, sendo que em 2011 a cobertura já estava alargada a todo o país. Em 2012 a teledifusão analógica foi desligada em todo o país, seguindo o protocolo de transição tecnológica acordado em toda a União Europeia.

De acordo com Quico (2003) *“a transição do analógico para o digital permitiu não só a transmissão de mais canais digitais na mesma largura de banda ocupada por um só canal analógico, como também permitiu a difusão de serviços digitais e interactivos.”* No entanto, de acordo com Viera & Loureiro (2011), *“apesar da televisão digital existir como tecnologia, o uso das suas potencialidades, nomeadamente, a interactividade, era ainda uma possibilidade remota”*, (Sobral 2012).

4.2. Grupo RTP e a RTP África: estrutura e funcionamento

Em meio ao contexto de surgimento e massificação da televisão em Portugal, que teve início em 1935, apenas em 2004 nasceu a Rádio e Televisão de Portugal S.A, resultante de um processo de unificação da Radiodifusão Portuguesa (RDP) e da Radiotelevisão Portuguesa (RTP), empresas públicas de rádio e televisão que até então estavam separadas e eram entidades jurídicas independentes e distintas. Após a fusão de ambas houve uma reestruturação desta que passava a uma única empresa, prestadora do serviço público⁵.

Actualmente, a Rádio e Televisão de Portugal é uma empresa de multimédia que possui uma vasta rede de plataformas e canais de produção e distribuição de conteúdos de comunicação, com cerca de 12 (doze) canais televisivos, 15 (quinze) canais radiofónicos e 6 (seis) plataformas digitais *online*.

A nível de estações de televisão, a RTP possui, actualmente, 12 canais, que são:

- RTP1 (dedicado à informação, ficção e entretenimento – criado em 1957);
- RTP2 (dedicado à cultura, conhecimento, informação especializada, conteúdos europeus e programação infantil – criado em 1968);
- RTP3 (dedicado à informação e magazines – criado em 2015);
- RTP Memória (dedicado à programas que fizeram história na RTP e também à exibição de produção própria – criado em 2004);
- RTP Madeira (emissor regional generalista autónomo – criado em 1972);
- RTP Açores (emissor regional generalista autónomo – criado em 1975);

⁵ (s.d.). Obtido de <https://media.rtp.pt/empresa/rtp/historia/>

- RTP Internacional (dedicado à comunidade portuguesa na diáspora – criado em 1992);
- RTP África (dedicado às comunidades lusófonas africanas – criado em 1998);
- RTP1 HD (emissão da RTP1 em alta definição – criado em 2008);
- RTP2 HD (emissão da RTP2 em alta definição – criado em 2019);
- RTP3 HD (emissão da RTP3 em alta definição – criado em 2021);
- RTP Açores HD (emissão da RTP Açores em alta definição – criado em 2021).

As estações de rádio pertencentes ao mega grupo são 15, divididos em:

- Antena 1 (rádio generalista – criada em 1935);
- Antena 2 (dedicada a música clássica e programas culturais – criada em 1948);
- Antena 3 (dedicada ao público jovem – criada em 1994);
- Antena 1 Açores (rádio generalista autónoma regional – criada em 1941);
- Antena 1 Madeira (rádio generalista autónoma regional – criada em 2010);
- RDP Internacional (rádio generalista dedicada aos portugueses e luso falantes em todo o mundo – criada em 1936);
- RDP África (dedicada aos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa, PALOP – criada em 1996);
- Antena 1 Fado (dedicada a divulgação do fado);
- Antena 1 Lusitânia (dedicada a divulgação da música portuguesa);
- Antena 1 Memórias (dedicada a transmissão de programas radiofónicos que fizeram história);
- Antena 1 Vida;
- Antena 2 Jazz (dedicada a divulgação da música jazz – criada em 2017);
- Antena 2 Ópera (dedicada a divulgação da música erudita – criada em 2011);
- Rádio Zig Zag (dedicada a emissão de conteúdos infantis – criada em 2016).

As plataformas online dividem-se em 6, onde se encontram:

- A RTP Play (dedicada à emissão em directo de televisão e programas on-demand – criada em 2012);
- RTP Ensina (dedicada a programas de serviço público que podem ser úteis a educação – criada em 2014);
- RTP Arquivos (dedicada ao acesso ao acervo histórico da instituição –criado em 2014);
- RTP Arena e Sports (dedicada a conteúdos desportivos – criada em 2016);
- RTP Lab (dedicada a novas formas de produção de conteúdos, está integrada a RTP Play – criada em 2017);
- RTP Desporto (dedicada apenas a transmissão de jogos desportivos, está integrada a RTP Play – criada em 2019)⁶.

A escolha da RTP África para a realização do estágio foi sobretudo motivada pelo facto do canal ser dedicado a produção de conteúdos sobre os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), nomeadamente, Cabo Verde, São Tomé e Príncipe, Guiné-Bissau, Angola e Moçambique.

O principal dever e objectivo do canal segundo o Guia Ético e Editorial da RTP é de promover a ligação entre o país e as comunidades residentes no estrangeiro, designadamente, através de programas que valorizam a língua e a cultura portuguesa, promovendo externamente o prestígio da nação portuguesa e fornecendo uma representação da cultura portuguesa pluralista, moderna e assente nos criadores nacionais e lusófonos, devendo ainda contribuir para a abertura dos mercados internacionais aos agentes económicos e actores culturais portugueses.

O canal, que existe há 26 anos, encontra-se localizado no edifício-sede da RTP em Lisboa, na região de Cabo Ruivo, e possui uma delegação em cada um dos países membros dos PALOP. O canal possui na sede pouco menos de 20 funcionários repartidos em duas áreas, que são, respectivamente, produção de conteúdos informativos de entretenimento e produção de conteúdos informativos diários.

⁶ RTP. (s.d.). Guia Ético e editorial da RTP. Lisboa, Portugal.

Conforme a descrição presente na conta oficial de *Facebook* da emissora⁷ “A RTP África tem uma programação própria ajustada às especificidades da realidade africana. Transmite programas das televisões públicas e privadas portuguesas e das televisões públicas africanas. Emitindo programas de informação e séries produzidas nos países de destino, a RTP África assume-se como alicerce preponderante para o desenvolvimento socioeconómico assim como motor do bem-estar e do desenvolvimento humano ajustando a sua programação às obrigações do serviço público de televisão”⁸.

4.3. Programa “Tem a Palavra” (objecto de estudo)

Criado em 2020, o programa é transmitido em directo, semanalmente, todas as quintas-feiras, às 10 horas de Portugal, a partir dos estúdios da sede da RTP em Lisboa.

O perfil deste conteúdo televisivo enquadra-se na lógica de um programa no formato de debate aberto, que promove a discussão de assuntos da actualidade mundial que envolvam, particularmente, os PALOP, com a participação de convidados e especialistas em estúdio, nas delegações da RTP distribuídas pelo mundo e através de plataformas *online* de videoconferência (zoom).

- Pré-produção – momento caracterizado pela reunião da equipa de pesquisa de conteúdos para a definição do tema, delimitação do tema, preparação de pontos-chave e perguntas a abordar e escolha e edição das imagens a serem exibidas ao longo do programa (estas são geralmente seleccionadas no arquivo RTP e servem para ilustrar o tema tratado, nos momentos em que os convidados intervêm);
- Produção – momento de realização do programa;
- Pós-produção – que é a fase voltada a pós-divulgação.

⁷ Informação disponível na página oficial da rede social Facebook, do canal RTP África - <https://www.facebook.com/rtpafrica/>

⁸ África, R. (14 de Novembro de 2011). RTP África. Obtido de <https://www.facebook.com/rtpafrica/>

V. Relatório de estágio

“De nada serve o conhecimento, a não ser que se ponha em prática.”

Anton Tchekhov

O foco do estágio concentrou-se no suporte a gestão dos canais de interacção com o público a partir da Regi (controle do *Whatsapp* do programa e realização de chamadas para participação do público), facto que permitiu observar o programa a partir de um cenário interno e que sobretudo despertou para a questão do uso das novas tecnologias e plataformas de comunicação na realização e promoção de um programa televisivo, afinal trata-se de um programa que surgiu num contexto tecnológico o que pressupõem que o seu perfil já tenha sido criado a pensar nas novas realidade tecnológicas.

Daqui surgiram questões que orientaram o estágio, entre as quais: **Qual seria o perfil de um programa informativo de televisão na era digital?** De que forma a associação de novas plataformas aos métodos tradicionais pode contribuir para o sucesso do programa? De que modo o estudo do perfil de um programa informativo de televisão na era digital pode contribuir para a melhoria dos programas informativos de televisão em outros contextos?

O estágio curricular realizado na RTP África, que teve como supervisora a Subdirectora do canal RTP África Carla Adão⁹, esteve fundamentado na área jornalística, pois, o objectivo foi criar uma ponte entre a licenciatura em Jornalismo e o mestrado em Gestão de Media Digitais, sobretudo num contexto novo, cujo nível tecnológico é avançado. Nestes moldes, o estágio efectuado, que representa o cruzamento entre conhecimentos teóricos e a prática, esteve focado na realização das actividades preconizadas para os colaboradores na área de produção de Programas Informativos¹⁰, nomeadamente:

Área responsável pela gestão das plataformas digitais da RTP. Encontra-se repartida em pequenos departamentos que atendem a cada uma das plataformas de

forma individual.

- Produção de conteúdos na Área de Produção de Programas Informativos (envolve o processo de definição do conteúdo a ser abordado, a pesquisa de fontes para entrevista, entrevistas, contactos com as fontes, redacção de títulos/textos);
- Idealização e produção de documentários e reportagens;
- Suporte a gestão dos canais de interacção com o público na *Régie* (controle do *Whatsapp* do programa “Tem a Palavra” e realização de chamadas para participação do público);
- Produção de documentários e reportagens;
- Suporte a edição de conteúdos.

Em paralelo, a realização de visitas à Multimédia¹¹ para a produção de conteúdos para o *Website* RTP Notícias e RTP Play, e a Área de Produção de Conteúdos informativos diários. Nestes locais, as actividades passaram por:

- Realizar a produção de uma notícia, desde a redacção da mesma até a leitura do texto, selecção das imagens e edição do conteúdo para divulgação. Os dados usados para esta actividade foram extraídos a partir da agência de informação *Reuters*, com a qual a RTP possui uma parceria;
- Acompanhamento de cobertura de eventos externos e tratamento da informação recolhida;
- Estrutura técnica e gestão do *Website* multimédia RTP Notícias, bem como, selecção e processamento de conteúdos;

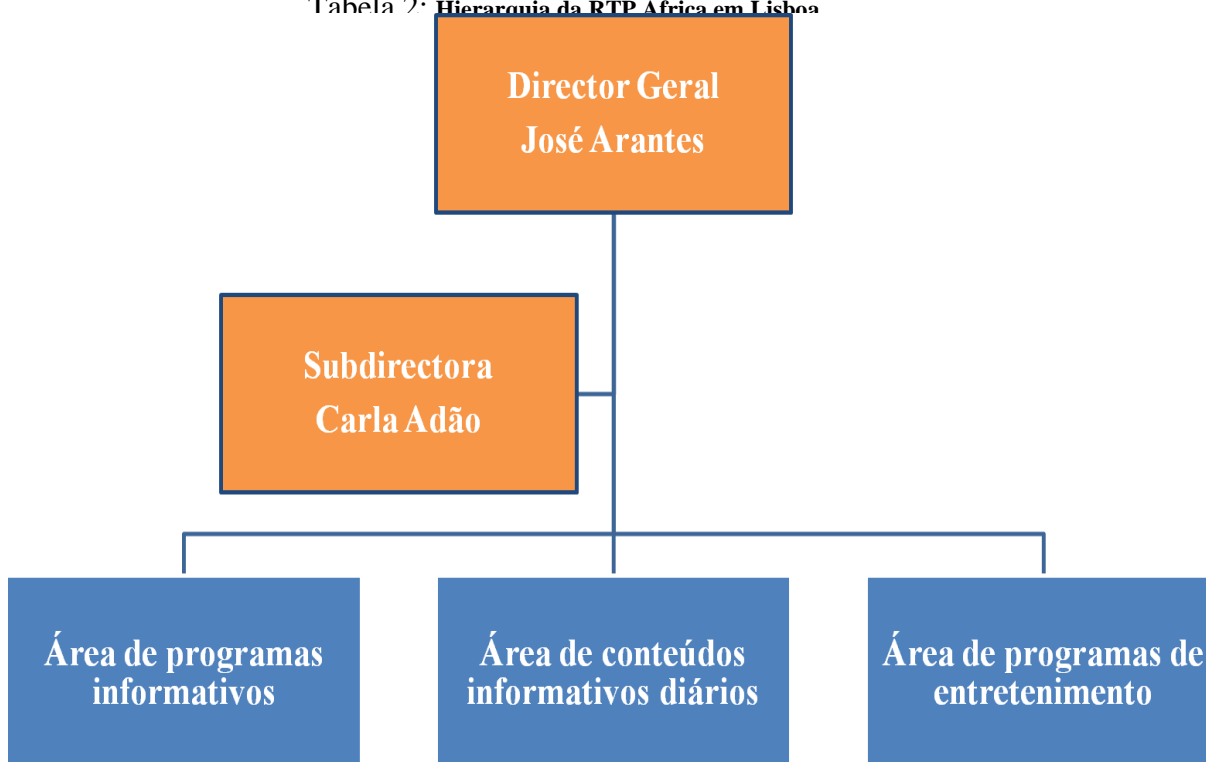
⁹ Perfil profissional de Carla Adão disponível no *LinkedIn*: <https://www.linkedin.com/in/carla-ad%C3%A3o-693377172/?originalSubdomain=pt>

¹⁰ Área responsável pela produção de programas informativos não diários.

- Estrutura técnica e gestão da plataforma RTP Play, bem como, selecção e processamento de conteúdos, incluindo o carregamento e transmissão em directo do programa “Tem a Palavra”, que constitui objecto de estudo no presente trabalho.

Para melhor percepção do funcionamento da RTP África, importa referir que o canal constitui em si uma subdivisão da Rádio e Televisão de Portugal, encontrando-se, organizada conforme se ilustra de seguida.

Tabela 2: Hierarquia da RTP África em Lisboa



Nota: Em Janeiro de 2023, José Arantes passou a Director das Relações Internacionais da RTP e Isabel Costa Silva assumiu a posição de Directora da RTP África (Rodrigues, 2023).

⁹ Perfil profissional de Carla Adão disponível no *LinkedIn*: <https://www.linkedin.com/in/carla-ad%C3%A3o-693377172/?originalSubdomain=pt>

¹⁰ Área responsável pela produção de programas informativos não diários.

¹¹ Área responsável pela gestão das plataformas digitais da RTP. Encontra-se repartida em pequenos departamentos que atendem a cada uma das plataformas de forma individual

5.1. Cronograma de actividades do estágio

Tabela 3 – Quadro de actividades vs horas realizadas durante o estágio curricular

Área	Actividades	Horas
1. Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none">● Pesquisa de conteúdos;● Participação em reuniões de pauta;● Suporte a gestão dos canais de interacção com o público;	507h
2. Produção de conteúdos informativos diários	<ul style="list-style-type: none">● Acompanhamento de actividades:● Produção de peça jornalística (texto; edição; <i>voz off</i>).	20h
3. Edição de conteúdos audiovisuais	<ul style="list-style-type: none">● Acompanhamento de edição de imagem de documentários;● Acompanhamento de edição de áudio de documentários;	57h
4. Multimédia – Site RTP Notícias	<ul style="list-style-type: none">● Acompanhamento das actividades (selecção de notícias; imagens; vídeos; áudios; links e publicação no site).	7h

<p>5. Multimédia – RTP Play</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Acompanhamento de actividades (<i>dashboard</i> para configuração da plataforma e carregamento de conteúdos). 	<p>8h</p>
<p>6. Trabalhos externos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevistas; cobertura de eventos; produção de reportagens. 	<p>29h</p>
<p>Total de horas</p>		<p>628h</p>

VI. Análise

A bastante clareza e não se deixa margens para dúvidas ao se afirmar que o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação é um movimento que tem vindo a avançar com crescente velocidade e sem vestígios de qualquer possibilidade de retrocesso. Estamos cada vez mais sujeitos a sem possibilidade de escolha, a aceitar e naturalizar a ideia de que os procedimentos antigos pertencem ao passado e as novas e melhores tecnologias vem possibilitar a abertura de todo um mundo novo, caracterizado pela capacidade de maximização de absolutamente tudo que alguma vez se conheceu socialmente a nível de produção, divulgação, distribuição de conteúdos de toda e qualquer ordem. Portanto, o mundo da comunicação está em transformação.

No contexto português, no que se refere a digitalização da televisão é válido considerar que o cenário se demonstra bastante avançado, particularmente no ramo da interactividade. Trata-se de uma sociedade em que existe um contacto permanente com a informação, pois a oferta de conteúdos é extremamente grande e os veículos tecnológicos responsáveis por essa oferta são cada vez maiores e oferecem cada vez mais funcionalidades aos seus consumidores.

Alfabetização mediática pode ser compreendida como um processo igualmente bem sucedido em que existe um grande interesse por parte do governo em criar e tornar conhecidas os protocolos que envolvem o processo de digitalização, bem como os órgãos de comunicação e as empresas de distribuição de conteúdos digitais, não simplesmente por questões sociais, mas também por um claro interesse económico em que cada vez mais pessoas compreendam todas as ofertas e possibilidades que esta nova era é capaz de proporcionar. No entanto, é importante ressaltar que nota-se presente também um a óbvia e clara dificuldade por parte da população mais velha em adaptar-se, algo que é naturalmente espectável em qualquer sociedade independentemente do cenário.

Se em 2012, Viera & Loureiro, citados por Sobral (2012), reconheciam a existência da tecnológica da televisão digital, embora se mostrassem reticentes em relação ao quesito interactividade, actualmente, cerca de 10 anos mais tarde, é possível notar numa breve análise

que se verifica um alto nível de interactividade entre os média e o seu público. As próprias boxes/decoders usadas pelo público em todo o país encontram-se no nível dois da classificação de interactividade de Lemos citado por Vilela (2010).

Os telespectadores da actualidade apropriaram-se da televisão e servem-se na integra das as novas funcionalidades tecnológicas que ela oferece neste momento, como a possibilidade de gravam programas, para ver quando desejarem ou até mesmo recuam programas em directo e avançam para não terem de ver as publicidades, vêem vídeos, jogam vídeo jogos e acedem a conteúdos de plataformas da internet como Youtube, Prime Vídeos, HBO, *Netflix*, entre outras plataformas de *streaming* o que revela um grande nível de intimidade entre o público e esses equipamentos, principalmente a parte do público que é mais jovem, pois como é natural o público idoso apresenta menos intimidade com relação a estas plataformas, bem como com outras formas de tecnologia.

O grupo Rádio e Televisão de Portugal – RTP, não fica aquém do movimento tecnológico vivido em toda a europa, mesmo tratando-se da emissora mais antiga de Portugal. O crescimento desta empresa de comunicação é evidente.

Durante os 65 anos de existência da Rádio e Televisão de Portugal, emissora desenvolveu 6 plataformas digitais, 12 canais televisivos e 15 emissoras radiofónicas. Enquanto parte desde circuito de crescimento, o programa “Tem a Palavra” constitui uma das principais apostas do grupo RTP e do canal RTP África.

O programa, que possui o formato fundado no jornalismo¹², foi pensado e criado especificamente para estimular a interactividade com o público, o que o associa directamente a exploração das tecnologias necessárias para permitir o alcance desse objectivo.

¹² Critérios de Análise do programa – capítulo VII – Formatos televisivos por Fechine (2001)

O recurso as tecnologias mais tradicionais como chamadas telefónicas, e as mais recentes como as chamadas e mensagens por *whatsapp*, os comentários do *Facebook* ou as plataformas de videoconferência (zoom), tornaram-se grandes aliados do programa que hoje, segundo as próprias palavras da subdirectora do canal RTP África, Carla Adão, é inimaginável pensar no programa “Tem a Palavra” sem o recurso a essas tecnologias que vieram não só trazer mais facilidades e proximidade entre os média e o seu público, mas também democratizar a informação.

Mas essa abertura à participação dos telespectadores por meio de veículos tecnológicos e sobretudo a participação dos convidados (comentadores) por meio de sistemas de videoconferências, seja pelo telemóvel ou computador, com recurso a plataformas de reunião virtual (zoom; teams; etc.), convida-nos a reflectir sobre o nível 5 da interactividade proposto por Becker e Montez citados por Vilela (2010). A este propósito, Carla Adão, subdirectora da RTP África, comenta o seguinte:

“Ainda não se pede que o cidadão seja um jornalista-cidadão em directo na televisão, mas já se pede que enviem imagens quando há algum acontecimento, o jornalista ainda aparece como intermediário, a direccionar o cidadão neste processo, mas já é um caminho intermédio. O que a pandemia também nos trouxe foi esta questão das videoconferências e com necessidade de quebrar o formalismo da televisão (imagem perfeita, enquadramento, etc.), abriram-se mais essas portas.”

No entanto, mediante a essa nova funcionalidade que coloca o cidadão numa posição de maior oportunidade de participação, a entrevistada levanta a questão da necessidade permanente de cumprimento da linha editorial do canal, que envolve, por exemplo, o tradicional confrontar de fonte e a verificação da veracidade da informação que vai ao ar.

No que diz respeito às plataformas de distribuição, o programa “Tem a Palavra” circula num grande espectro, que inclui as seguintes plataformas:

- Televisão (mecanismo tradicional), é válido referir que os *decoder* usados em Portugal permitem gravar programas, o que significa que quase todo o público que assiste o programa a nível nacional tem a possibilidade de usar essa funcionalidade;
- RTP Play (em directo e diferido – os programas são carregados de forma permanente para a plataforma);
- *Podcast* (para que possa ser escutado na rádio RDP África e não só, pois também fica disponível na plataforma RTP Play neste formato);
- A página do *FaceBook* do canal (são replicados pequenos trechos do programa e também o link para que o público possa aceder a RTP Play).

Na escala de interactividade, anteriormente referida, também se verifica o nível 4, pois actualmente a própria RTP possui plataformas interactivas em tempo real, onde o espectador pode escolher a câmara através da qual pretende acompanhar o conteúdo em transmissão. Foi o caso do concerto “Nós alive”, realizado de 6 à 9 de Julho de 2022. O evento foi transmitido pela emissora através da plataforma RTP Play, onde foi feita a cobertura de três palcos existentes, em que os concertos aconteciam simultaneamente. Na plataforma RTP Play o espectador tinha a autonomia de seleccionar a partir de qual câmara gostaria de acompanhar o concerto ou evento, tendo em conta o seu conteúdo de predilecção¹³.

¹³ Apêndices - Entrevista nº 3 (Élia Rodrigues)

Ilustração 1 - Página inicial RTP Play

Foto obtida a Maio de 2023, no site RTP Play: <https://www.rtp.pt/play/>

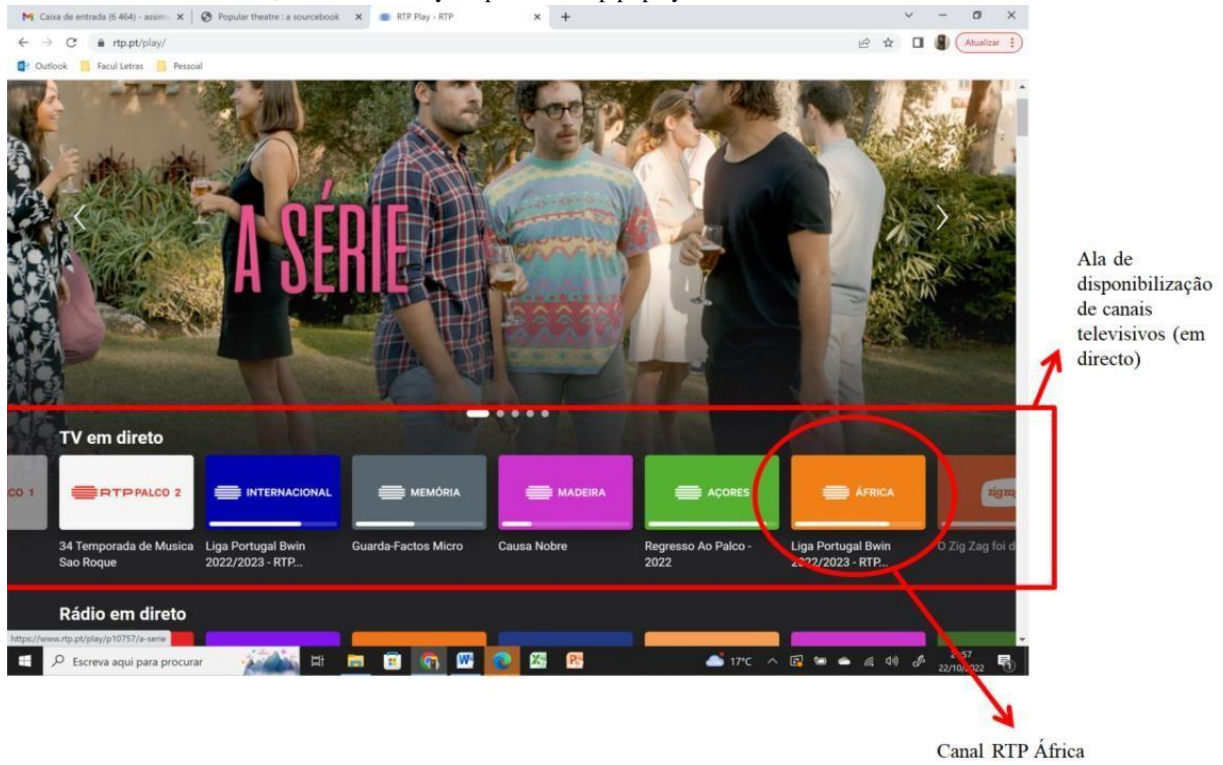


Ilustração 2 - Arquivo do programa “Tem a Palavra” na RTP Play

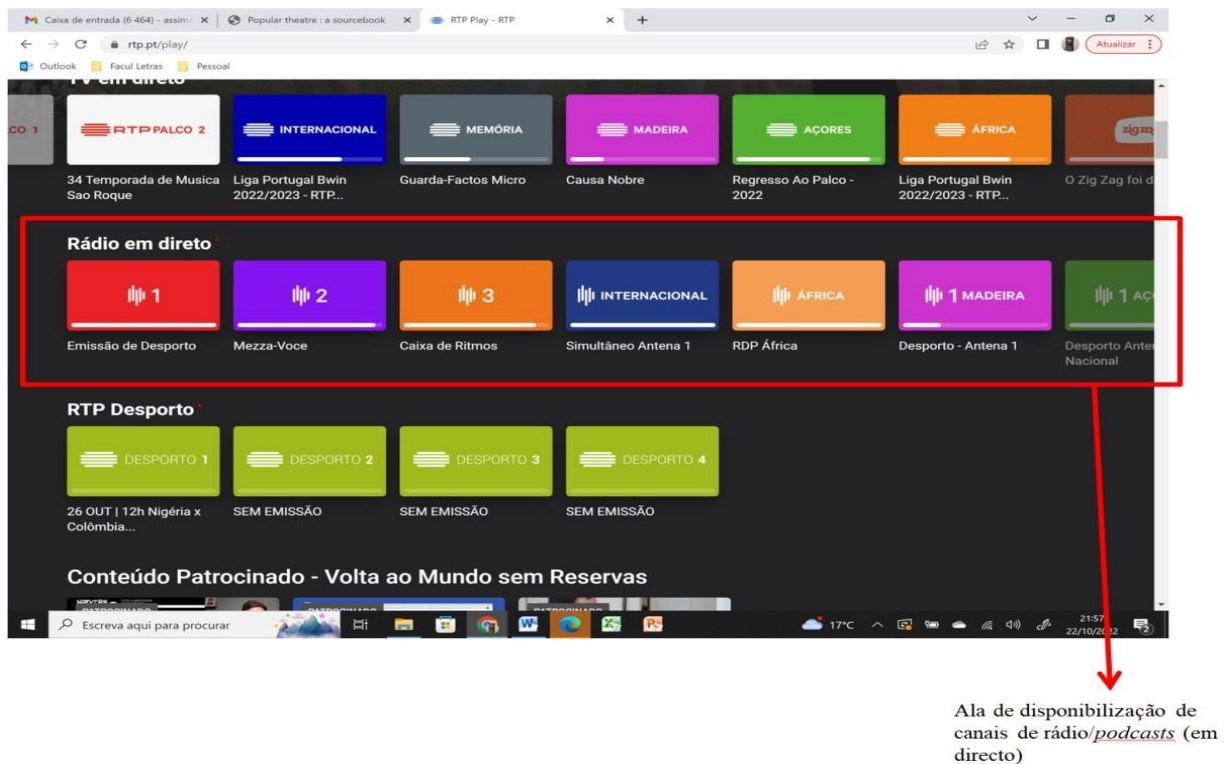
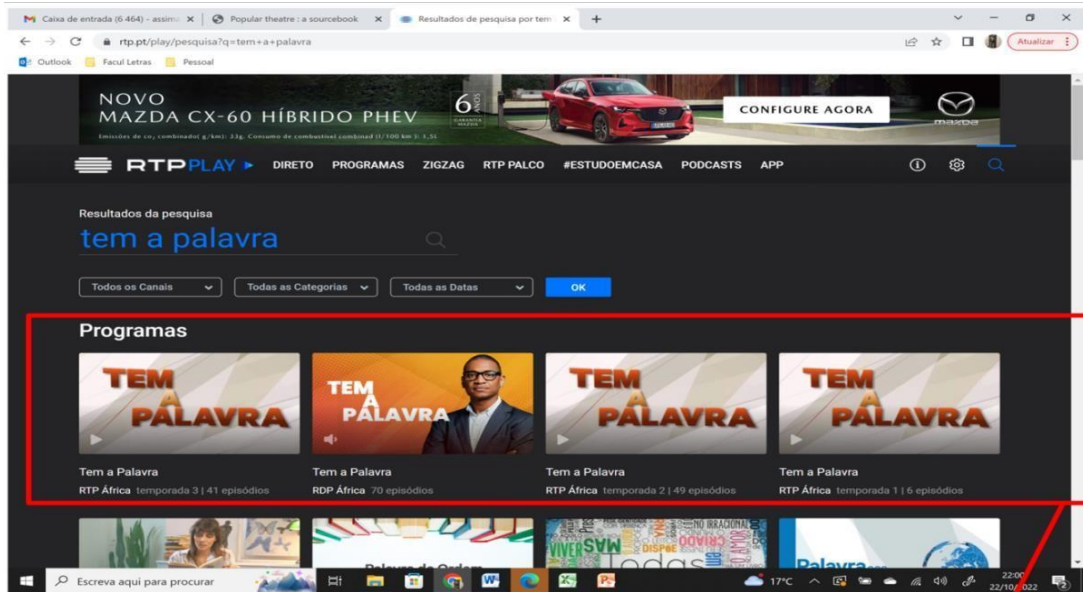


Foto obtida a Maio de 2023, no site RTP Play: <https://www.rtp.pt/play/>

Ilustração 3 - Página inicial RTP Play, ala para as rádios da RTP



Episódios do programa “Tem a Palavra” disponíveis na plataforma RTP Play.

Foto obtida a Maio de 2023, no site RTP Play: <https://www.rtp.pt/play/>

VII. Considerações finais

O trabalho que é aqui apresentado é uma tentativa de busca de novos e mais conhecimentos que possam servir de orientadores, sobretudo neste processo de adaptação às novas tecnologias de informação, e constitui ainda uma tentativa de documentação do perfil de um programa televisivo que pode ser a abertura de novos caminhos e práticas de produção televisiva. Portanto, tudo que foi anteriormente apresentado durante o trabalho constitui a união de factores relacionados à busca, observação e documentação de conhecimentos no campo do jornalismo televisivo, na área de novas tecnologias, bem como de plataformas digitais, que são componentes presentes no ramo das Media Digitais, pois pretende-se aqui compor um objecto que possa constituir um contributo para outros continentes ou países que se encontram ainda a caminhar rumo a digitalização e desenvolvimento no que diz respeito a produção/criação televisiva.

Nesta perspectiva, surgiu a necessidade de realização do referido estágio fora de Moçambique, motivado pela curiosidade de observar outras realidades tecnológicas e sobretudo, de contribuir por meio do mesmo para a criação de um material que possa servir de suporte para Moçambique, entre outros países, principalmente do continente Africano que ainda enfrentam grandes dificuldades no processo de transição tecnológica e acessibilidade as tecnologias, sem com isso deixar de parte a ideia de que possa ser de igual modo um instrumento a ser usado no ramo comunicacional independentemente do grau de desenvolvimento ou avanço tecnológico do país ou meio de comunicação em questão.

Após ser feito o confronto nos capítulos anteriores entre os elementos teóricos e o modelo de execução prático do programa “Tem a Palavra”, torna-se claro que é efectivamente justo considera-lo um programa da era tecnológica e que possui todos os critérios necessários para assim ser considerado, sobretudo quando é observado sobre a perspectiva da interactividade com o público, que passa por uma utilização directa de ferramentas que vai desde as mais tradicionais, como chamadas telefónicas até as mais actuais, que passam pela utilização das redes sociais, para literalmente conceder "A Palavra" ao público, bem como das suas plataformas de distribuição (transmissão directa pela TV, com recursos aos periféricos extremamente desenvolvidos, RTP Play, Podcast, redes sociais, etc).

No entanto não se pode ignorar o facto de que mesmo que a digitalização ainda seja uma novidade em muitos países africanos, que são inclusive os países do público-alvo do programa, estes não ficam tão a quem em termos de tentativas de explorar novas plataformas digitais, assim como importa referir que este movimento de desenvolvimento tecnológico que vem ocorrendo de forma progressiva há vários anos nos media, é acompanhado pela mesma dinâmica em todo o mundo em diversos outros campos do conhecimento e áreas profissionais, logo não se pode e nem se deve olhar para este evento como uma particularidade da profissão de comunicador, mas como uma mudança que se verifica em vários outros campos laborais de diversificadas profissões.

Na actualidade o futuro tecnológico que parecia extremamente distante a escassos anos, constitui hoje em dia uma realidade vigorosamente presente no cotidiano de toda a humanidade e nas grandes metrópoles mostra-se uma realidade ainda mais vivaz e frenética do que em qualquer outro momento anteriormente vivido. Profissões mais antigas e com possibilidade de substituição por novas tecnologias começam a perder espaço ou a até mesmo a entrar em extinção para dar lugar a novos, por tanto o cenário actual cobra de todos um processo de adaptação contínuo.

Alguns estudiosos como o Dr. João Miguel, evidenciam o facto de que em Moçambique a digitalização, particularmente da Televisão, tem sido encaminhada em meio a vários interesses, com principal enfoque para o de tipo económico, movimento que se fazer sentir com intensidade devido ao ingresso de agentes extra da media no meio comunicacional com vista a actuarem no negócio da migração tecnológica. Resumidamente João Miguel (2015), refere que:

“Os interesses públicos e privados parecem estar promiscuamente misturados, fato que pode estar associado á falta de políticas claras, de regulamentação adequada, aspetos que deveriam anteceder todos os passos a serem dados no processo de transição...”

Em Moçambique, ainda que o movimento da transição entre a era digital e analógica, a parte a questão do cenário caracterizado pela indesejada tendência “business”, que pode de certa forma contribuir negativamente no processo, a adaptação dos media locais é inegável, principalmente no que se refere aos gestos e

acções mais simples. Por exemplo, nota-se uma grande inclinação dos media, televisões, para o uso de redes sociais nos programas, tanto em directo, como em deferido, para estimular a interactividade do público, o que significa que o mercado comunicacional já está todo mais desperto em relação às vantagens que as novas tecnologias podem oferecer e, sobretudo, da necessidade de tornar esses novos meios de comunicação social aliados, para que não haja a abertura de possibilidade no que diz respeito a estes tornarem-se em “inimigos”. Alguns dos programas de maior audiência estão de certa forma alicerçados principalmente nas redes sociais, que é inclusive o caso do programa “Moçambique em concerto” apresentado por Gabriel Júnior. O programa faz um uso frequente das suas redes sociais para engajar os seus conteúdos, os quais podem ser vistos vários cortes/trechos que viralizam em grande escala nas redes sociais, trechos estes que não somente passam a alcançar o povo moçambicano, que se encontra mais contextualizado sobre o referido programa, mas também começam a quebrar a barreira geográfica atingindo cada vez mais povos de outros lugares do mundo o que eventualmente acaba ocasionando a fidelização de um novo público.

Um característica similar a que pode ser verificada no programa “Moçambique em concerto”, é facilmente observável em vários programas matinais e também de matiné seguem a mesma linha chegando a usar até mesmo telas que projectão em tempo real comentários feitos sobre determinado assunto em debate no programa em tempo real, uma característica inspirada nas *lives* de canais de influenciadores digitais da contemporaneidade, transmitidas habitualmente em plataformas exclusivamente informais ligadas a internet, sem presença em meios de canais convencionais ou mais tradicionais como a televisão. No entanto nota-se que tanto as televisões têm quebrado a barreira existente entre a informalidade da internet e o tradicionalismo da televisão, agregando novos elementos desta dita informalidade que vão desde os próprios influenciadores até a forma de apresentação de determinados conteúdos e o mesmo se verifica nesses espaços que ocupam a internet, paulatinamente verifica-se uma maior organização de ideias, cenários e conteúdos.

No que diz respeito ao contexto português pode-se referir que, no âmbito da implantação do próprio sistema de televisão digital, o desnível tecnológico torna-se mais notório comparativamente a realidade vivida em Moçambique, pois o facto dos *decoders/boxs* possuírem funcionalidades muito grandes e que oferecem ao

telespectador a capacidade de experienciar melhor os conteúdos que lhes são servidos, é um factor que também contribui de forma considerável para que haja uma nova possibilidade de apreciação do programa. Estes "novos" *decoders*/boxes actuam de forma significativa na construção da programação por parte do telespectador, fazendo com que este abandone em definitivo a posição de refém da programação para passar a ocupar o lugar de consumidor autónomo, que decide o que ver, quando ver e como ver, uma vez que tem agora a capacidade de recuar, avançar, gravar, saltar anúncios e até nalgumas circunstâncias comentar, enviar e receber mensagens da distribuidora de conteúdos. No entanto importa também pontuar que nem toda a população, especialmente a mais velha que constitui demograficamente uma parte significativa, têm de facto habilidades ou conhecimento necessário para o uso das tecnologias descritas, o que por certo seria tópico suficiente para comportar um outro estudo, igualmente interessante, e é importante também referir que esta questão não só impacta Portugal devido a questão da condição demográfica do próprio país também se pode ver refletida de outras formas em outras realidades. No contexto moçambicano por exemplo, embora demograficamente o cenário possa ser caracterizado por uma população mais jovem, o que de certa forma representa igualmente uma possível maior adaptação as novas tecnologias, a chegada dessas ditas novas tecnologias ou meios tecnológicos, ainda é muito lenta e o acesso tanto a informação quanto aos meios em si, porque questões económicas, é extremamente limitado.

Um exemplo muito interessante da questão do acesso económico e a nível da acessibilidade de conhecimento é o ilustrado por João Miguel (2015), nalgo a que este estudioso refere-se como o “episódio dos aparelhos de televisores plasma”, em que faz referência a um período paralelo ao inicio da conversa sobre digitalização, durante o qual houve coincidentemente, ou talvez não, um grande barateamento dos equipamentos de televisores do modelo plasma, o que levou a que muitas pessoas os adquirissem, na ideia de que tais aparelhos estavam capacitados a receber o sinal de transmissão digital, fato que conforme o próprio tempo tem vindo a provar não se relaciona de forma directa uma coisa a outra, uma vez que o sistema de distribuição requer a existência de uma *box/decoder* que será responsável pela entrega do sinal e por seu turno o tipo do aparelho vem associado a esta referida *box/decoder*, potencializar as funções e possibilidades de uso das mesmas, dai que se verifica a

existência de uma grande serie de tipos de aparelhos televisores que vão desde os *LEDs*, *Smarts*, *4K*, etc. E se calhar um exemplo muito corriqueiro e facilmente compreensível é fazendo um paralelo com os aparelhos de telefonia movel (celulares), a qualidade e actualiadade do aparelho contribuiu para a abertura de um mundo de funcionalidades topo de gama, mas adquirir um pacote de internet movel não deixa de ser necessário.

Ao se por de parte toda a questão de desenvolvimento tecnológico e a reflexão sobre o perfil ideal para um programa televisivo na era digital, o exercício da actividade jornalística deve permanecer intacto no que diz respeito a construção de conteúdos que sejam produzidos sobre esse princípio. Velhas máximas como a imparcialidade, o confrontar das fontes, a liberdade de imprensa, entre vários outros que dizem respeito a moral, ética e deontologia profissional no jornalismo e do profissional de jornalismo continuam a ser a essência na produção de conteúdos, sejam eles no velho ou no novo contexto tecnológico. É necessário referir que no cenário da produção de conteúdos para a internet os princípios jornalísticos neste paragrafo referidos geralmente não se verificam, devido a informalidade característica deste veículos e também a abertura para que o papel do jornalista enquanto profissional formado e ciente destas questões seja automaticamente substituído por novas figuras, como influenciadores e até mesmo pelo cidadão comum que hoje tem acesso a dispositivos moveis que os permitem não mais acompanhar a apenas de forma pacifica os conteúdos que o são oferecidos, mas quase que igualmente contribuir para a produção do dito conteúdo.

No caso do programa “Tem a Palavra”, sendo um conteúdo que obedece o formato jornalístico, as novas tecnologias vêm à tona várias vezes e em diversificadas vertentes, maioritariamente como um veículo para fazer com que o público possa não só interagir, mas também como garantia de que cada vez mais, uma maior quantidade de público tenha acesso ao conteúdo, ou seja serve-se desta da melhor forma possível e com vista a preencher o máximo de objectivos possíveis a seu favor.

Um dos pontos que mais se sobressaiu durante todos os processo deste estudo e que importa grandemente sublinhar foi levantado, principalmente, durante as entrevistas, que é efectivamente a questão da liberdade de expressão, que ainda constitui uma grande ausência nos órgãos de comunicação moçambicanos e não só,

pois é um dilema já antigo e que se verifica com maior ou menor intensidade consoante a realidade de cada país podendo estar condicionada a outros diversos factores.

O “Tem a Palavra” particularmente é um programa de análise social com especial enfoque para os países de língua Oficial Portuguesa (PALOP), sem por de parte os países africanos ou comunidades africanas na diáspora, mas o grande ponto de atenção nesta situação torna-se efectivamente o facto do programa que tem como público-alvo o povo africano, ser produzido num país europeu e que de certa forma esta alheio a realidade destes mesmos país, pois este factor faz com que o programa apresente alguma facilidade para o cumprimento da imparcialidade, liberdade de expressão, isenção de juízos, entre outros, como explica Victor Hugo Mendes, apresentador do programa “Tem a palavra”:

“...Enquanto jornalista africano, vindo da realidade angolana não consigo perceber porquê não conseguimos imprimir esse modelo de programa nos nossos países. É engraçado pensar que algumas entidades sobretudo políticas ainda pensam que silenciar os órgãos de comunicação é a melhor alternativa para abafar os problemas, mas na realidade é uma escolha que vem a dar ainda mais espaço as redes sociais que já agora são mecanismos de comunicação que funcionam sem filtros profissionais. Pior do que proibir que se fale, é dar espaço as redes sociais. Estas redes são sem via de dúvidas, muito importantes, auxiliam as dinâmicas das relações e democratizam a palavra, mas há certos princípios que não se observam nestes meios, como por exemplo o cruzamento de fontes.”

Mediante este ponto de vista, torna-se claro que o factor local de realização do programa torna-se um ponto positivo para o exercício principalmente da liberdade de expressão e para o tratamento de tópicos sensíveis, pois apresenta uma menor possibilidade de sofrer interferências externas, algo que não se verifica

frequentemente em boa parte dos países africanos, onde os meios de comunicação social, principalmente os que tratam de tópicos que atravessam os interesses das camadas sociais e políticas melhor posicionadas socialmente sofrem com a constante interferência das ditas forças externas, fazendo com que estes meios estejam altamente condicionados.

Portanto, mais do que a necessidade da adopção de um modelo de um programa que seja adequado ao perfil que obedeça a nova era tecnológica, ainda existem dilemas básicos que necessitam da atenção de todo o mercado comunicacional, que é o caso claro da necessidade de liberdade de expressão dos jornalistas nos órgãos de comunicação enquanto vectores de cidadania e contribuintes da mentalidade crítica da comunidade ou seja um dos papeis mais preponderantes do jornalismo a construção da consciência social.

Um outro fato interessante de se sublinhar, no presente trabalho, é que em linhas gerais provavelmente nenhum meio de comunicação encontra – se completamente livre da opressão de factores externos que o possam impedir que haja uma atuação que vá de encontro ao rigor do exercício do jornalismo, até mesmo porque muitas vezes existem outros interesses que movem estes meios a nível comercial, político, entre outros, e este ponto é cá citado apenas como meio de desmistificar uma possível ideia de perfeição que possa eventualmente surgir.

Felizmente ainda existem meios de comunicação que parecem resistir a estas questões de origem mais humana, pelo que tudo indica poderá ser o caso da Rádio e Televisão de Portugal - RTP, que não apenas nos assuntos que tocam a outros país, mas até mesmo a Portugal, aparenta apresentar um posicionamento que permanece bastante independente e desprendido sobretudo de questões políticas. Conforme sublinha Victor Hugo Mendes, apresentador do programa “Tem a palavra”:

"O nosso principal objectivo é dar voz a aqueles que não a tem. Para nós é um grande desafio porque os assuntos que nós abordamos muitas vezes não são abordados nos órgãos de comunicação devido a questões óbvias de liberdade de imprensa, mas aqui nos temos a oportunidade de abordar esses temas sem interferências políticas, sociais, ou de qualquer outro género.

Podemos exercer a liberdade de imprensa na íntegra e isso faz também parte da nossa directriz, enquanto linha editorial que rege o canal e obviamente o programa. Não temos censura e na verdade nós não fazemos nada de mais, fazemos apenas o que todos os media deviam poder fazer, pois se há um problema em relação a algum assunto ele deve ser reportado e todas as partes do problema devem estar envolvidas para que possa ser solucionado. A nossa linha editorial que nos rege é voltada a isenção, a imparcialidade, é a coisa mais básica."

Nos países em que ainda se encontram ligeiramente distantes das questões tecnológicas da actualidade, os avanços tecnológicos não deixam de ocorrer ou se quer abrandam porque ainda se enfrenta dilemas tão básicos e antigos como estes de ordem ética, mas urge, mediante este cenário refletir sobre este dilema de modo a que futuramente não se venha a tornar num dilema ainda maior do que aquele que se apresenta ser nos dias que hoje correm. No entanto, a resolução desta questão não só não está a caminho como constitui um dilema bastante conhecido e que afecta e se verifica em outras várias áreas da sociedade. O dilema que se constitui preocupante, infelizmente não parece ver nenhuma possível solução por parte das entidades de direito ou a quem cabe actuar.

O desenvolvimento frenético desta ditas novas tecnologias vem causando de forma acentuada a abertura para a democratização da informação ao permitir que cada vez mais pessoas tenham acesso a diversificados conteúdos de forma mais rápida, fácil e constante, o que tem inclusive gerado uma sobrecarga de informação no público que receber de vários veículos em qualquer lugar e a qualquer hora informações sobre o estado da sociedade e do mundo, originando uma exposição cada vez maior do Homem ao conteúdo.

Desta forma faz-se cada vez mais contundente a necessidade de não só nos países mais desenvolvidos, mas de forma global alertar para o perigo que este cenário marcado por problemas de ordem ética e deontológica podem causar socialmente, tanto a nível do que significaria manter o público verdadeiramente informada, como sobre o ponto de vista mais grave, relacionado a questão da construção da opinião

pública e pensamento social lógico e crítico, o que se pode dizer de forma clara que o programa “Tem a Palavra” tem contribuído para desenvolver e tem permitido por meio da participação do público em tempo real que o mesmo o possa exteriorizar por meio dos diversos canais citados ao longo de todo o trabalho (chamadas telefónicas, canais de comunicação em redes sociais – *WhatsApp, Instagram e Facebook*).

Ao que este cenário faz com que acordemos para o facto de que não basta democratizar a informação, é necessário se ter atenção sobre que informação se está a democratizar, esta questão mostrou – se sem via de dúvidas um dos pontos que mais se sobre saiu ao longo de todo o trabalho, aparecendo constantemente como ponto de principal preocupação para todos os jornalistas entrevistados, também devido ao próprio cunho do programa, que é de carácter informativo.

Nas linhas seguintes acompanhamos uma pequena reflexão da subdirectora da RTP África, Carla Adão, extraída da entrevista que se pode ler na integra nos apêndices presentes nesta obra:

"Democratização! Esta transformação possibilitou a democratização da informação, do jornalismo, mais pessoas puderam passar a estar em contacto com a informação, mas também passou a haver uma confusão entre o jornalismo e as fake news. Todos sabem o que está a acontecer em todo o lado, mas ninguém sabe muito, informações concretas."

A qualidade da informação que é transmitida pelos tais meios de comunicação digitais, é então chamada a palco de conversa, sobretudo quando se trata de um programa de carácter informativo que não simplesmente visa entreter o espectador, mas antes exercer um dos seus mais nobres papeis, que é contribuir para a formação de opinião e carácter crítico do mesmo, ou seja toda esta questão levantada por Carla Adão traz a luz de discussão um comentário presente em vários trabalhos/artigos relativos a comunicação social, como é o caso do artigo *Digitalização Da Televisão em Moçambique: Estratégias, políticas e reconfiguração*, realizado pelo pesquisador Dr. João Miguel (2015), que faz questão de realçar a frequente alusão ao papel social da televisão, devido a sua grande cobertura e abrangência, tanto nos países

desenvolvidos, assim como nos que ainda fazem a sua jornada rumo ao dito desenvolvimento.

Portanto, abre-se a janela para as tão temidas e comentadas *fake news*, manipulação de informação em prol de terminado interesse, distorção de informação relevante, ambiguidade de factores, banalização ou vulgarização de tópicos relevantes, entre outros elementos que se tornam possíveis mediante este cenário.

Desta feita é importante que cada elemento desta grande máquina designada comunicação trabalhe no sentido de fazer cumprir o seu papel, ou seja criando uma ponte sustentável entre as "velhas" e necessárias práticas que regem o jornalismo tradicional e os novos mecanismos de maximização da informação.

Em sumula, é necessário que seja gerado espaço para que a necessidade de estudo e cumprimento das boas práticas jornalísticas não perca espaço ou não se banalizem. Urge a necessidade da observância e do exercício constante das bases do jornalismo durante a sua prática, bem como a necessidade de formação dos profissionais que o exercem.

O ideal é que as bases do jornalismo tradicional possam ser agregadas, as novas realidades de forma coesa e para que seja proporcional ao que se espera do desenvolvimento, pois pelo contrário o que se verifica é uma crescente perda de qualidade e depreciação da forma como se faz jornalismo e não um impulso positivo para que estas novas tecnologias venham ser um factor que possa agregar positivamente sobretudo na questão da formação do indivíduo social e da construção de uma mentalidade crítica que muito se necessita e que constitui uma das maiores, se não a maior função do jornalismo/comunicação, pois quando se puder efetivamente fazer esta associação entre estes dois aspectos, possivelmente se observará um casamento perfeito entre a construção de uma mentalidade crítica e a democratização da informação, que é por sua vez uma das maiores vantagens das trazidas por todo este pacote que envolve a digitalização dos media.

Bibliografia

- Bianco, N. R., & Prata, N. (2020). Ainda é preciso falar sobre rádio digital: elementos para retomada do debate sobre a digitalização da transmissão terrestre no Brasil. *Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Virtual*. 2 e 3.
- Brittos, V. C. (3 de Setembro de 2002). Televisão, Inovação e digitalização no cenário mundial. *Revista economica política de las tecnologías de la información y comunicación*, p. 19.
- Brittos, V. C. (3 de Setembro de 2002). Televisão, Inovação e digitalização no cenário mundial. *Revista economica política de las tecnologías de la información y comunicación*, p. 19.
- Cádima, F. R; Grilo, J. M & Da Silva, M. J. L. (Maio de 1989). *Novo cenário do audiovisual*. Revista de Comunicação e Linguagens, N 9, P 5 e 23. Lisboa.
- Costa, S. A. (2018). *Inovação no serviço público de televisão na era digital: o caso da RTP Notícias*. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa - Faculdade de Ciências Humanas.
- De Mello, A. C., Gonçalves, L. H., Santos, P. K., & Fischer, L. (2009). Digitalização das redes sociais: novos ambientes de interação para a propaganda. *Intercom - Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da comunicação - XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, (p. 3 e 4). Curitiba.
- Fechine, Y. (Janeiro-Junho de 2001). Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. *Ciências, Humanidades e Letras, Revista*, p. 7 e 8.
- Ferreira, M. (2006). *Introdução à preservação Digital – Conceitos, estratégias e actuais consensos*. Guimarães: Escola de Engenharia da Universidade do Minho.

- Guazina, L. (2007). O conceito de mídia na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares. *Revista Debates - Dossiê mídia e política*, 49 - 64.
- Joanguete, C. (Agosto 2014). *Televisão digital – Actual debate de mudança no Cenário Mediático Moçambicano*. Revista African Trends. N 34, p. 93 – 95.
- Kieling, A. S. (2011). Apontamentos para uma visão mais complexa da digitalização das mídias. *Políticas Culturais em Revista*, 16 e 17.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo, Brasil. Editora 34.
- Machado, J. E. (2013). *A digitalização e o novo ciclo regulatório do audiovisual*.
Coimbra: Faculdade de Direito de Coimbra.
- Macluhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Brasil (14 ed.). Editora Cultrix.
- Miguel, J. (Janeiro – Junho 2015). *Digitalização da televisão em Moçambique: estratégias políticas e reconfigurações*. Revista UNINTER de Comunicação, Vol. 3, n.4, 84 – 105.
- Nunes, C. S. (2020). *Plataformas Digitais: Contributos de Melhoria na Empresa Olicargo Transpot & Logistics*. Instituto Superior de Administração e Gestão.
- Paixão, P. (Janeiro-Junho de 2018). Linha Editorial no Jornalismo Brasileiro: Conceito, Gêneses e Contradições Entre a Teoria e a Prática. *Revista Alterjor*, p. 91 e 92.
- Portela, P. (2019). *Introdução aos Estudos de Audiência*. Braga, Portugal: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade - Universidade do Minho.
- Prata, N., Santos, M. C., Campelo, W., & Pessoa, S. C. (2011). O impacto da digitalização do rádio na opinião dos jornalistas e dos ouvintes. *Mediações Sonoras*, p. 122 e 123.
- Quadros, M., & Lopez, D. C. (2014). O rádio interativo de ouvinte: um olhar sobre a evolução das tecnologias de participação e o desenvolvimento do meio no Brasil. *Media e jornalismo*, 45 e 46.
- Rodrigues, N. (2023, Janeiro 11). Em primeira mão: Isabel Costa Silva assume direção

da RTP África. *Forbes África Lusófona*.

<https://www.forbesafricalusofona.com/em-primeira-mao-isabel-costa-silva-assume-direcao-da-rtp-africa/>

RTP. (s.d.). *Guia Ético e editorial da RTP*. Lisboa, Portugal.

Sobral, F. A. (Janeiro/Junho de 2012). Televisão Em Contexto Português: Uma abordagem histórica e prospetiva. *Programa Operacional Ciência e Inovação (POCI) e Governo Português e União Europeia. Millenium Revista*. Vol 42. p. 145 e 146.

Vieira, M. L. (1 de Julho de 2013). Uma abordagem sobre os conceitos de interatividade e sua relação com o design. *arcosDesign Revista*. p. 91 e 92.

Vilela, M. D. (2010). *A TV Digital e a interatividade: um olhar sobre as possibilidades da TV interativa*. Rio Grande do Sul: Mestrado do Curso de Comunicação Social da Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS.

Apêndices (1)

Entrevistas

Entrevista nº 1

1. Victor Hugo Mendes

Apresentador do programa “Tem a Palavra”

P: O que é o “Tem a Palavra”

VH: O “Tem a Palavra” é um programa generalista, informativo, de debate social, mas não escolhemos o tema de forma aleatória, a nossa base de actuação é alicerçada nos assuntos da actualidade que afecta os países africanos, sobretudo os de língua oficial portuguesa. Por semana focamo-nos em um país específico, excepto em situações em que o tema em questão seja general para todos.

P: Qual é o objectivo do programa?

VH: O nosso principal objectivo é dar voz a aqueles que não a tem. Para nós é um grande desafio porque os assuntos que nós abordamos muitas vezes não são abordados nos órgãos de comunicação devido a questões óbvias de liberdade de imprensa, mas aqui nos temos a oportunidade de abordar esses temas sem interferências políticas, sociais, ou de qualquer outro género. Podemos exercer a liberdade de imprensa na íntegra e isso faz também parte da nossa directriz enquanto linha editorial que rege o canal e obviamente o programa. Não temos censura e na verdade nós não fazemos nada de mais, fazemos apenas o que todos os media deviam poder fazer, pois se há um problema em relação a algum assunto ele deve ser reportado e todas as partes do problema devem estar envolvidas para que possa ser solucionado. A nossa linha editorial que nos rege é voltada a isenção, a imparcialidade, é a coisa mais básica. Enquanto jornalista africano, vindo da realidade angolana não consigo perceber porquê não conseguimos imprimir esse modelo de programa nos nossos países. É engraçado pensar que algumas entidades sobretudo políticas ainda pensam que silenciar os órgãos de comunicação é a melhor alternativa para abafar os problemas, mas na realidade é uma escolha que vem a dar ainda mais espaço as redes sociais que já agora são mecanismos de comunicação que funcionam sem filtros profissionais. Pior do que proibir que se fale, é dar espaço as redes sociais. Estas redes são sem via de dúvidas, muito importantes, auxiliam

as dinâmicas das relações e democratizam a palavra, mas há certos princípios que não se observam, como por exemplo o cruzamento de fontes.

P: Como avalia o nível de exploração das novas tecnologias de comunicação no programa?

VH: Eu acho que devíamos fazer mais porque é um público diferenciado do tradicional e nós já tivemos evidências de que as redes realmente impactam positivamente na audiência do programa. Temos pessoas que não vêem televisão, mas que por exemplo ao verem nas redes sociais o tema do programa, conectam-se apenas no horário do programa para acompanhar. Por tanto, é perigoso não estar nas redes sociais e não ter um posicionamento estratégico nesses mecanismos de comunicação, porque há uma franja de público que só se comunica nas redes sociais, só está lá e essas redes atualmente, são plataformas multimidiáticas, com áudio, vídeo, textos, são a união de todos os órgãos em um. Portanto, já ocupamos esse espaço, mas necessitamos ocupar cada vez mais. Há dias tivemos uma situação em que a nossa subdirectora decidiu fazer recortes do programa e publicar nas redes sociais, tivemos mais de 30 mil visualizações. São pessoas que não virão o programa, mas a partir daquele ponto sentem-se instigadas a ver.

P: Quais são as plataformas de distribuição do programa?

VH: O programa é acompanhado pela televisão em directo, pelos *decoder* das televisões podem gravar ou recuar o programa, pela RTP Play também em directo, depois é também lançado na RTP Play para que possa ser visto em diferido de forma permanente, temos também o *podcast*. O programa está basicamente disponível num grande leque de espaços digitais e repleto de facilidades que permitem o espectador acompanhar tudo quando e como desejar e não podia ser de outra forma. São ferramentas novas que permitem que o programa tenha maior abrangência para chegar a todos públicos que permitem que as pessoas possam acompanhar melhor o programa e até mesmo várias vezes, o que também ajuda a garantir que a mensagem chegue bem e seja compreendida pelos espectadores da melhor forma. Isso é uma vantagem e tem de se explorar.

P: Sendo a interactividade uma das principais ofertas dos novos tempos e da digitalização em si, como avalia essa componente no programa?

VH: No programa nós temos mecanismos de interacção com os espectadores, que vão desde os oferecidos pelas antigas tecnologias até as actuais. Eles participam ligando, por meio do *whatsapp* e é este um aspecto interessante, pois aqui eles só dão um toque/bip depois nós desligamos a chamada e ligamos pelos nossos mecanismos para que o espectador não gaste o seu saldo e sintam-se à-vontade para falar sem receios ou empecilhos económicos, algo que por exemplo não acontece nas emissoras angolanas. Eu avalio isso como um gesto mínimo que a emissora faz para o espectador, mas que faz toda a diferença e tem o seu impacto a nível do exercício de responsabilidade social enquanto emissora. Também passamos as mensagens do *whatsapp* na tela e eu acredito que há outras valências que o digital nos traz que nós ainda não exploramos, por exemplo passar os vídeos dos nossos telespectadores e etc. Hoje em dia não há limites com o digital. O que nós precisamos fazer agora é investir mais nessa área e em profissionais que trabalhem exclusivamente com ela, porque nós já temos quem trabalhe com as plataformas digitais, mas ainda não temos quem trabalhe com as redes sociais particularmente.

P: De que forma avalia o impacto do novo mundo digital na indústria comunicacional?

VH: Quebrou todos os paradigmas da indústria convencional. Há 20 anos aquando da massificação da internet, nós profissionais de comunicação especulávamos que a televisão iria desaparecer, mas hoje cerca de 20 anos depois o que se passou? A televisão associou-se a internet e a internet a televisão. Tal como com o surgimento do aspirador, a vassoura permaneceu tão importante como sempre foi e paralelamente o aspirador tornou-se importante.

Entrevista nº 2

2. Carla Adão

Subdirectora RTP África

P: Quando foi criado o programa “Tem a Palavra”?

CA: Novembro de 2020.

P: Qual é o objectivo do programa?

CA: O “Tem a Palavra” foi criado para atender a necessidade do canal de ter um programa em directo para interacção com o público. O nosso principal objectivo é oferecer a oportunidade as pessoas de exercerem o seu papel de cidadania, sobre as realidades e assuntos do quotidiano. As pessoas têm muita dificuldade de exporem os seus pontos de vista nalguns países.

P: Qual é o público-alvo?

CA: Toda a sociedade dos PALOP.

P: Sendo a interactividade uma das maiores propostas da digitalização quais são os mecanismos usado para dar espaço ao público neste programa?

CA: Fazemos isso através de telefonemas e mensagens de *WhatsApp*. Mas temos alguns constrangimentos técnicos, que passam pela ausência de meios suficientes, mais linhas para receber chamadas, e temos alguns constrangimentos tecnológicos, também pois a rede de telefonia e internet as vezes falham, por isso temos dificuldades em receber a contribuição de espectadores sobretudo dos países com que trabalhamos, que fazem parte do nosso público-alvo.

P: Quais são os mecanismos de difusão?

CA: Para além da transmissão tradicional que é feita em directo na televisão, o programa é disponibilizado na plataforma RTP Play, é transformado em PodCast e difundido, é replicado também na página do FB do programa, pois sabemos que através das redes podemos alcançar mais pessoas, “é uma forma de espalhar a mensagem”. E o nosso apresentador tem também uma rede muito grande nas redes sociais, ele próprio através das suas redes (*instagram, FaceBook, etc*), promove bastante o programa.

P: Como gestora de um canal que produz conteúdos em contexto europeu, para países da África, como avalia a dualidade de cenários de actuação, uma vez que tecnologicamente os dois continentes estão em momentos distintos?

CA: Ainda estamos a um nível bastante diferente no que diz respeito ao contexto tecnológico e a questão da televisão *on demand*, e todas as novas possibilidades de ver conteúdos televisivos. Ainda há um longo caminho a percorrer em África, mas também o que sabemos é que sendo África um continente composto por uma população muito jovem em que os meios digitais e principalmente os *smartphones* são muito difundidos, essas também são as plataformas por onde nós podemos tentar chegar a população, que como referi é maioritariamente jovem em muitos desses países. Como se sabe, os espectadores vêm cada vez menos televisão, o período de atenção de espectador a um conteúdo televisivo é cada vez menor, alias cá também está a acontecer este fenómeno, mas nestes países o período de atenção do espectador a um conteúdo ainda é maior que na europa e por tanto esta é uma das vantagens que procuramos aproveitar. Por exemplo, anteriormente o tempo de duração desde programa era de apenas 1h, mas a pedido do público tivemos que esticar este conteúdo para 1h20, o que não seria possível cá. Dai vem a importância de termos este programa nas média digitais, pois é o nosso mecanismo para atingir este público. Para além de nestes países haver ainda a tradição de se ouvir rádio.

P: É feito algum estudo de audiência do programa?

CA: Devido ao grande espectro de actuação, sobretudo internacional, de distribuição do canal, não nos é possível realizar um estudo, mas é aí que entra novamente a importância das redes sociais, pois temos usado o feedback do público que nos chega pelos dados desses meios para mensurar o nível de satisfação do público em relação a este conteúdo (reações, partilhas, comentários, etc).

P: Consegue mensurar o “Tem a Palavra” sem a existência desses recursos tecnológicos?

CA: Já não conseguimos conceber. Quando eu comecei a fazer jornalismo nem sequer havia internet, fazíamos pesquisas em bibliotecas e recortes de informações, mas atualmente já não me imagino a fazer uma pesquisa sem os meios que hoje temos a disposição.

P: Como avalia o desenvolvimento da comunicação, particularmente enquanto jornalista durante este processo de transformação tecnológica?

CA: Democratização! Esta transformação possibilitou a democratização da informação, do jornalismo, mais pessoas puderam passar a estar em contacto com a informação, mas também passou a haver uma confusão entre o jornalismo e as *fake news*. Todos sabem o que está a acontecer em todo o lado, mas ninguém sabem muito, informações concretas.

P: Acredita que será possível chegarmos a última fase da interactividade em que se pressupõe que o espectador possa entrar em directo no ar ao mesmo nível de uma televisão?

CA: Já estivemos mais longe dessa fase. Ainda não se pede que o cidadão seja um jornalista-cidadão em directo na televisão, mas já se pede que enviem imagens quando há algum acontecimento, o jornalista ainda aparece como intermediário, a direccionar o cidadão neste processo, mas já é um caminho intermédio. O que a pandemia também nos trouxe foi esta questão das videoconferências e com necessidade de quebrar o

formalismo da televisão (imagem perfeita, enquadramento, etc.), abriram-se mais essas portas.

P: Acredita que estão a explorar as novas tecnologias a 100% na realização do programa?

CA: Acredito que para o presente momento tecnológico estamos, mediante os recursos que temos, mas os nossos espectadores já pedem por mais, por exemplo já nos questionam se ao invés de enviar mensagens de texto por *whatsapp*, não poderiam enviar áudios que pudessem ir ao ar em directo e também o jornalismo-cidadão em que nos são enviadas imagens, nos ainda não as conseguimos por em directo, pois temos ainda um circuito grande que implica passar as imagens para um servidor, só que para além desse circuito, aí entramos para outro dilema de ordem editorial relativo a verificação de autenticidade, particularmente por ser um programa em directo, no caso to “Tem a Palavra”.

Entrevista nº 3

3. Élia Rodrigues

Coordenadora de conteúdos multimédia

P: Como funciona a área de Multimédia na RTP?

ER: A multimédia está dividida em três áreas. A área dos conteúdos multimédia da qual eu sou responsável e onde nos tratamos da RTP Play a nossa plataforma de distribuição de conteúdos, onde temos conteúdos de televisão e rádio, transmitidos em directo e em diferido e é também onde transmitimos alguns conteúdos em exclusivo.

P: O que seriam conteúdos em exclusivo?

ER: São os conteúdos captados para transmissão apenas na RTP Play, é o caso do Festival Nós A Live, em que fizemos a transmissão e simultâneo de vários palcos do festival. Mas também temos alguns conteúdos paralelos que são os produzidos exclusivamente para o digital. Continuando a explicação sobre as áreas, depois temos a área de conteúdos onde fazemos a gestão das redes sociais institucional mais gerais da RTP (instagram, FB, Twiter, etc.), fazemos também a gestão do *site* geral da RTP. Depois temos uma área a parte que é o RTP Ensina, que é uma plataforma feita a pensar exclusivamente em estudantes e alunos. Temos ainda outra plataforma, a RTP Palco a nossa plataforma dedicada as artes performativas, que é voltada exclusivamente as artes, é uma oportunidade que damos ao público que não pode ir as salas de espectáculos. Depois temos a nossa área de desporto que é a RTP Arena onde temos um grande fluxo de conteúdos, pela transmissão de partidas desportivas. É um conteúdo 90% digital. Depois também a RTP Lab que é o nosso laboratório criativo onde desafiamos os criadores a criarem e apresentarem novos projectos, onde queremos sobretudo incentivar os jovens a participar. Temos a área de produtos e serviços que se dedica ao estudo do *back office* das plataformas e a avaliação das melhores formas de venda e promoção dos conteúdos nas plataformas.

P: Qual é a função da área de multimédia?

ER: A nossa área é a que chega ao consumidor final, ou seja, trabalha directamente com a divulgação do conteúdo que é entregue na tela.

P: O programa “Tem a Palavra” é um dos conteúdos entregues nessa plataforma?

ER: Sim, o “Tem a Palavra” faz parte de um dos conteúdos que fazemos tanto a transmissão em directo, todas as quartas-feiras, assim como o posterior carregamento na RTP Play, geralmente um dia depois da transmissão em directo. A RTP Play está segmentada entre os vários canais de rádio e televisão da RTP, uma das alas é dedicada exclusivamente a RTP África.

Entrevista nº 4

4. Nuno Patrício

Jornalista Multimédia – Site RTP Notícias

P: O que é digitalização para si?

NP: É a transformação de todos os conteúdos em zeros e uns. Pode ser de certa forma o avançar do mundo, a transformação de conteúdos para várias plataformas, desde o surgimento da imprensa escrita até a internet. Mas todo este processo tem por intuito passar a informação de forma mais rápida e fidedigna e a digitalização seria um veículo, a forma que nos encontramos de garantir essa entrega. A digitalização veio permitir a aceleração do processo de comunicação, aumentou o leque de ofertas, inclusive no que diz respeito a interactividade.

P: O que é a RTP Notícias?

NP: É uma plataforma para distribuição de conteúdos multimédia (texto, foto, áudio, vídeo, *hiperlinks*, infografia, etc.). Na RTP Notícias nós reproduzimos os conteúdos produzidos em todos os canais e veículos da RTP, mas também produzimos conteúdos exclusivamente para a plataforma.

P: Quando surgiu o departamento de Multimédia voltado a RTP Notícias?

NP: Finais de 2001. Desde o seu surgimento passamos por diversas fases, uma delas foi a destruição do departamento e o ressurgimento em 2006. Foi uma área que surgiu para atender as necessidades da actualidade, o mundo solícita que acompanhemos o desenvolvimento tecnológico.

P: Como o site se mantém no mercado a nível de sustentabilidade?

NP: O *site* mantém-se com base nas publicidades, a nível de subscrições tem todos os veículos abertos, não há nenhuma cobrança de subscrições para que o público possa aceder.

P: Como é a interactividade nesta plataforma?

NP: A RTP Notícias é uma plataforma que nos permite explorar muito essa área e essa

interactividade acaba contribuindo de certa forma para as sondagens. Mas não temos englobada a componente “*opinion maker*”, o público não coloca os seus comentários escritos directamente no *site*, como acontece nas redes sociais, até porque nós temos as redes sociais da RTP e para evitar redundâncias nos redireccionamos automaticamente os internautas as redes sociais da RTP por meio de um *híperlink*.

P: Como é o funcionamento desde veículo como parte do grupo RTP?

NP: Temos ganhado cada vez mais espaço, até porque a internet é com certeza mais fugaz do que os meios de comunicação convencionais, por isso não existe uma regra específica de distribuição de conteúdos, nada implica que o conteúdo tenha de passar primeiro na televisão e depois na internet, alias, pensamos que no futuro passará a ser primeiro difundido cá na RTP Notícias e depois nos outros veículos.

P: E a questão da credibilidade, permanece inviolada?

NP: Permanece porque permanecemos sendo um veículo que é parte de um grupo RTP, que é uma emissora oficial e reconhecida, e embora estejamos a trabalhar com a internet que é um veículo muito banalizado, permanecemos sendo jornalistas e temos alguns princípios a seguir que são concernentes a nossa profissão, assim como temos uma linha editorial e trabalhamos com outros veículos de comunicação sérios como a Reuters e a Lusa.

P: E em relação a RTP África? Há conteúdos que são aqui reproduzidos?

NP: Isso é um grande problema. Não temos nenhuma aba no site destinada a RTP África, não temos mão-de-obra específica para trabalhar esse aspecto, por isso esses conteúdos acabam ficando para trás. Eu por exemplo, tenho a missão exclusiva de extrair conteúdos da RTP 1, mas não só, também produzo conteúdos exclusivos para o canal, como jornalista, repórter operador de câmara, exerço a função *multitask*, para além de fazer lives de conteúdos para as redes sociais institucionais. E importa ressaltar que plataformas como este *site* como este são plataforma atribuem ao público a capacidade de explorar conteúdos infinitamente, pois estes redireccionam os internautas por meio de *hiperlinks* a novos contornos do mesmo conteúdo, não há espaço de antena e a informação é atemporal e nunca se esgota. O que oferece aos internautas uma

experiência de exploração de conteúdos única. Cá neste departamento nós somos apenas 18 a trabalhar para o *site*.

P: Neste caso o programa “Tem a Palavra” não está disponível nesta plataforma?

NP: Não.

P: Quais são os desafios do jornalista multimédia?

NP: São muito grandes, somos todos *multitasker*, fazemos tudo. Escrevemos, filmamos, programamos, gravamos. Todo o processo de produção de conteúdos para vários géneros de veículos.

Apêndices (2)

Quadro detalhado de horas e actividades do estágio

Actividades do Estágio curricular

Rádio e Televisão de Portugal (RTP)

Instituição de ensino: Escola de Comunicação e Artes (ECA) – Universidade Eduardo Mondlane (UEM)

Local de realização de estágio: Canal RTP África

Supervisora de estágio: Carla Adão (subdirectora RTP África)

Estagiária: Assimina Orlanda Macuácuá

Período: 1 de Fevereiro de 2022 à 28 de Julho de 2022 (6 meses)

Horas realizadas: 628h

Nº	Dia	Horários		Área	Actividades	Horas
		Entrada	Saída			
1	01/02	14h30	17h00	Academia RTP RTP África	<ul style="list-style-type: none">• Visita guiada;• Encaminhamento a	02h30

2	03/02	13h00	18h00	RTP África/ Produção de programas informativos	RTP África	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação dos sistemas e mecanismos de trabalho (AGP/ AVID; intranet; e-mail institucional; etc). 	05h00
3	07/02	12h00	19h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Introdução do programa “Causa e Efeito” (como realizar a pesquisa de conteúdos); • Reunião de pauta “Causa e Efeito”. 	10h20	
4	08/02	10h50	17h20	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Preparação do tema seleccionados nas reuniões de pauta. 	06h30	

5	09/02	09h15	17h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Introdução do programa “Tem a Palavra” (acompanhamento da transmissão em directo a partir do estúdio). 	08h15
6	10/02	09h45	18h20	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa de conteúdos “Causa e Efeito” 	08h35
7	14/02	15h30	16h50	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Reunião de pauta “Causa e Efeito”. 	01h20
8	15/02	10h30	18h10	RTP África/ Produção de programas	<ul style="list-style-type: none"> Preparação do tema seleccionados nas reuniões de pauta. 	07h40

9	16/02	09h30	18h30	informativos	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Instrução para coordenação de chamadas telefónicas/participações no programa “Tem a Palavra”; Pesquisa de conteúdos “Causa e Efeito” 	09h00
10	17/02	17h11	19h50	RTP África/ Produção de conteúdos informativos	<ul style="list-style-type: none"> Acompanhamento de reportagem com Isabel Rosa/ Lançamento da historiadora Isabel Henriques. 	02h39	
11	21/02	15h30	16h50	RTP África/ Produção de programas	<ul style="list-style-type: none"> Reunião de pauta “Causa e Efeito”. 	01h20	

12	22/02	10h20	18h30	informativos RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Preparação do tema seleccionados nas reuniões de pauta. 	08h10
13	23/02	09h40	18h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Coordenação de chamadas telefónicas/participações no programa “Tem a Palavra”. 	08h50
14	26/02	20h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	03h00
15	28/02	15h30	16h50	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Reunião de pauta “Causa e Efeito”. 	01h20
16	02/03	09h53	18h00	RTP África/ Produção de	<ul style="list-style-type: none"> Coordenação de chamadas telefónicas/ 	08h07

17	03/03	10h30	18h30	programas informativos	participações no programa “Tem a Palavra”. <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisas para a serie “Inventores”. • Pesquisas para a serie “Inventores”. 	08h00
18	06/03	13h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	10h00
19	07/03	15h30	16h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião de pauta “Causa e Efeito”. 	01h00
20	08/03	11h07	18h30	RTP África/ Produção de programas	<ul style="list-style-type: none"> • Preparação do tema “Causa e Efeito” 	07h23

21	09/03	09h20	18h00	informativos RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação de chamadas telefónicas/participações no programa “Tem a Palavra”. • Pesquisas para a serie “Inventores”. • Pesquisas “ComunicAlta” 	08h40
22	10/03	11h30	17h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisas para a serie “Inventores”. 	05h30
23	13/03	13h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Preparação do tema “Causa e Efeito” 	10h00
24	14/03	15h30	16h30	RTP África/ Produção de	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião de pauta “Causa e Efeito”. 	01h00

25	15/03	15h03	15h30	programas informativos RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião “ComunicAlta” 	00h33
26	16/03	09h30	18h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação de chamadas telefónicas/participações no programa “Tem a Palavra”. • Esboço “ComunicAlta” 	08h30
27	17/03	10h00	18h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Preparação de títulos “Causa e Efeito” • Contactos “Inventores” • Esboço reportagem “ComunicAlta” 	08h00
28	19/03	08h15	17h20	RTP África/	<ul style="list-style-type: none"> • Gravação da 	09h05

29	20/03	13h00	23h00	Produção de programas informativos	RTP África/ Produção de programas informativos	reportagem “ComunicAlta”	10h00			
					<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 					
30	21/03	15h30	16h40	Produção de programas informativos	RTP África/ Produção de programas informativos	Reunião “Causa e Efeito”	01h10			
31	22/03	10h00	19h00	Produção de programas informativos	RTP África/ Produção de programas informativos	Decupagem da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo”	09h00			
32	23/03	09h50	19h00	Produção de programas informativos	RTP África/ Produção de programas informativos	Decupagem da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo”	09h10			
33	24/03	10h30	19h00	Produção de programas informativos	RTP África/ Produção de programas informativos	Decupagem da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo”	08h30			

34	27/03	14h00	23h30	14h00	23h30	Produção de programas informativos RTP África/ Produção de programas informativos	reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo” • Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”.	09h30
35	28/03	14h45	18h30	14h45	18h30	RTP África/ Produção de programas informativos	• Reunião “Causa e Efeito” • Decupagem da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo”	03h45
36	29/03	11h07	19h00	11h07	19h00	RTP África/ Produção de programas informativos	• Edição da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo”	07h53
37	30/03	09h50	23h00	09h50	23h00	RTP África/ Produção de programas	• Edição da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo”	13h10

38	03/04	13h00	23h00	informativos RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	10h00
39	04/04	15h30	16h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião “Causa e Efeito” 	01h00
40	05/04	10h00	20h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Edição da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo” 	10h30
41	06/04	10h00	20h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Edição da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo” 	10h00
42	07/04	11h00	21h30	RTP África/ Produção de programas	<ul style="list-style-type: none"> • Edição da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo” 	10h30

43	08/04	12h00	14h30	informativos RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Edição da reportagem “ComunicAlta – Meu Bairro é um Mundo” 	02h30
44	12/04	12h00	21h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista “Zé Manel” 	09h30
45	13/04	10h12	21h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Coordenação de chamadas telefónicas/participações no programa “Tem a Palavra”. 	10h48
46	14/04	21h30	00h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Entrevistas “Concerto Zé Manel” 	02h30
47	17/04	21h00	23h00	RTP África/ Produção de	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e 	03h00

48	18/04	15h30	16h50	programas informativos RTP África/ Produção de programas informativos	Efeito”: <ul style="list-style-type: none">• Reunião “Causa e Efeito”	01h20
49	19/04	10h30	20h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none">• Decupagem documentário “Zé Manel – Melodia do Povo”• Preparação “Causa e Efeito”	09h30
50	20/04	10h00	19h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none">• Coordenação de chamadas telefónicas/participações no programa “Tem a Palavra”.• Decupagem documentário “Zé Manel – Melodia do	09h30

51	21/04	11h00	18h30	RTP África/ Produção de programas informativos	Povo”.	07h30
					<ul style="list-style-type: none"> • Decupagem documental “Zé Manel – Melodia do Povo”. • Preparação de títulos “Causa e Efeito”. 	
52	25/04	20h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	03h00
53	26/04	11h00	18h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião “Causa e Efeito” • Decupagem documental “Zé Manel – Melodia do Povo”. 	07h00
54	27/04	10h30	16h00	RTP África/ Produção de programas	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação de chamadas telefónicas/participações no 	05h30

55	28/04	10h20	21h00	RTP África/ Produção de conteúdos informativos diários	<p>informativos</p> <p>programa “Tem a Palavra”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Decupagem documental “Zé Manel – Melodia do Povo”. • Acompanhamento do processo de produção de conteúdos/redacção de peças; <i>voz off</i>; etc 	10h40
56	01/05	20h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	03h00
57	02/05	15h30	16h50	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião “Causa e Efeito” 	01h20
58	04/05	10h20	18h00	RTP África/	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação de 	07h40

59	05/05	10h40	18h20	Produção de programas informativos	chamadas telefónicas/participações no programa “Tem a Palavra”.	07h40
				RTP África/ Produção de conteúdos informativos diários	<ul style="list-style-type: none"> Acompanhamento do processo de produção de conteúdos/redacção de peças; <i>voz off</i>; etc 	
60	08/05	20h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	03h00
				RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Reunião “Causa e Efeito” 	01h00
61	09/05	15h30	16h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	03h00
				RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Reunião “Causa e Efeito” 	01h00
62	15/05	20h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	03h00
				RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Reunião “Causa e Efeito” 	01h00

63	16/05	15h30	16h30	informativos RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião “Causa e Efeito” 	01h00
64	17/05	10h00	18h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Conferência sobre protecção e acolhimento a refugiados LGBTQI+ 	08h00
65	18/05	14h00	17h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Preparação de títulos “Causa e Efeito” 	03h00
66	22/05	20h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	03h00
67	24/05	11h30	19h15	RTP África/ Produção de programas	<ul style="list-style-type: none"> • Reunião “Causa e Efeito” • Estruturação do 	07h45

68	25/05	09h50	18h30	informativos	documentário “Zé Manel – Melodia do Povo”	08h40
				RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Estruturação do documentário “Zé Manel – Melodia do Povo” 	
69	26/05	11h30	19h00	informativos	documentário “Zé Manel – Melodia do Povo”	07h30
				RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Estruturação do documentário “Zé Manel – Melodia do Povo” 	
70	29/05	20h00	23h00	informativos	Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”.	03h00
				RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	
71	30/05	15h30	16h30	informativos	Reunião “Causa e Efeito”	01h00
				RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Reunião “Causa e Efeito” 	
72	31/05	11h20	18h30	informativos	documentário “Zé Manel – Melodia do Povo”	07h10
				RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Estruturação do documentário “Zé Manel – Melodia do Povo” 	

73	01/06	09h20	19h00	Produção de programas informativos RTP África/ Produção de programas informativos	documentário “Zé Manel – Melodia do Povo” <ul style="list-style-type: none"> • Coordenação de chamadas telefónicas/participações no programa “Tem a Palavra”. • Estruturação do documentário “Zé Manel – Melodia do Povo” 	09h40
74	07/06	12h30	18h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Estruturação do documentário “Zé Manel – Melodia do Povo” 	06:00
75	08/06	10h07	19h40	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação de chamadas telefónicas/participações no programa “Tem a 	09h33

						Palavra”. <ul style="list-style-type: none"> Estruturação do documentário “Zé Manel – Melodia do Povo” 	
76	09/06	11h40	18h30	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Estruturação do documentário “Zé Manel – Melodia do Povo” 	06h50	
77	12/06	20h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	03h00	
78	20/06	13h30	00h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Reunião “Causa e Efeito” Edição documentário “Zé Manel – Melodia do Povo” 	10h30	
79	21/06	13h50	00h00	RTP África/ Produção de	<ul style="list-style-type: none"> Edição documentário “Zé Manel – Melodia 	10h00	

80	22/06	13h20	00h10	programas informativos RTP África/ Produção de programas informativos	do Povo” • Edição documental “Zé Manel – Melodia do Povo”	10h50
81	23/06	13h40	00h10	programas informativos RTP África/ Produção de programas informativos	do Povo” • Edição documental “Zé Manel – Melodia do Povo”	10h30
82	24/06	13h00	00h00	programas informativos RTP África/ Produção de programas informativos	do Povo” • Edição documental “Zé Manel – Melodia do Povo”	10h00
83	26/06	20h00	23h00	programas informativos RTP África/ Produção de programas informativos	de pauta – “Causa e Efeito”. • Pesquisa para reunião	03h00
84	27/06	15h30	16h03	programas informativos RTP África/ Produção de	Reunião “Causa e Efeito”	00h33

85	28/06	13h00	00h00	programas RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Edição de áudio documental “Zé Manel – Melodia do Povo” 	10h00
86	03/07	20h30	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”. 	02h30
87	04/07	13h30	17h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Reunião “Causa e Efeito” 	03h30
88	05/07	13h30	18h00	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none"> Preparação dos temas “Causa e Efeito” 	04h30
89	06/07	09h50	18h00	RTP África/ Produção de programas	<ul style="list-style-type: none"> Coordenação de chamadas telefónicas/participações no 	08h10

90	10/07	20h00	23h00	RTP África/ Produção de programas informativos	informativos	programa “Tem a Palavra”. • Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”.	03h00
91	11/07	15h30	16h20	RTP África/ Produção de programas informativos	informativos	• Reunião “Causa e Efeito”	00h50
92	12/07	11h50	18h10	RTP África/ Produção de programas informativos	informativos	• Ajustes finais documentário “Zé Manel – Melodia do Povo”	06h20
93	13/07	09h50	18h20	RTP África/ Produção de programas informativos	informativos	• Ajustes finais documentário “Zé Manel – Melodia do Povo”.	08h30
94	14/07	12h50	14h50	RTP África/ Produção de	informativos	• Suporte a estruturação do	02h00

95	17/07	20h00	23h00	programas informativos RTP África/ Produção de programas informativos	documentário de “Mário Lúcio” <ul style="list-style-type: none">• Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”.	03h00
96	18/07	15h00	15h40	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none">• Reunião “Causa e Efeito”	00h40
97	19/07	13h10	17h40	RTP África/ Produção de programas informativos	<ul style="list-style-type: none">• Suporte a estruturação do documentário de “Mário Lúcio”	04h30
98	20/07	09h10	16h30	Multimédia/ RTP Play	<ul style="list-style-type: none">• Explicação sobre o funcionamento do departamento e demonstração da plataforma.	07h20
99	21/07	11h10	18h00	Multimédia/ Site	<ul style="list-style-type: none">• Explicação sobre o	06h50

100	24/07	20h00	23h00	RTP Notícias RTP África/ Produção de programas informativos	funcionamento do departamento e demonstração da plataforma. • Pesquisa para reunião de pauta – “Causa e Efeito”.	03h00
101	25/07	14h50	15h27	RTP África/ Produção de programas informativos	• Reunião “Causa e Efeito”	00h37
102	26/07	11h00	16h40	Multimédia/ RTP Play	• Demonstração de <i>back office</i> da plataforma e carregamento de conteúdos.	05h40
103	27/07	10h00	18h00	RTP África/ Produção de programas informativos	• Preparação de temas “Causa e Efeito”	08h00

104	28/07	11h00	13h00	Multimédia/ RTP Play	<ul style="list-style-type: none"> Manejamento do <i>dashboard</i> para carregamento do programa "Tem a Palavra" 	02h00
Total de horas						628h

Carla Adão (Subdirectora RTP África)

Lisboa, 17 outubro, 2022