

● Ricardo Nunes
Setubal (Portugal)

TV online-TV biunívoca: modos de ver e interpretar

TV online: different ways to watch and interpret

Tradicionalmente la educación en medios ha sido realizada de modo que se dirige a los medios de comunicación social a nivel individual, de acuerdo con su identidad originaria: prensa, radio y televisión. En un contexto de hibridación, mestizajes y multimedia, el autor presenta el nuevo encuadre tecnológico de la Galaxia Internet, proponiendo miradas interpretativas de la nueva realidad mediática. Se presenta así, como objetivo central, interpretar el fenómeno de la convergencia de los medios, en particular a través del análisis del dispositivo televisivo online y sugerir modos de intervención que permitan un aprendizaje con vista al uso y descodificación del producto televisivo a través de la caja electrónica en Internet.

Traditionally, Education for Media has been oriented to individualized media as a function of their background identity: press, radio and television. In a context of hybridism and multimedia, the author outlines the new technological framework of the Internet Galaxy, suggesting new interpretative views of the media reality. The aim is concisely to interpret the phenomenon of convergence of the media and to suggest actions that facilitate a better use of the television product through the Internet. This is carried out particularly by examining the television online device.

Televisión, Internet, interactividad, educación para los medios.
Television, Internet, interactivity, education for media.

Tradicionalmente a educação para os media tem sido feita de um modo orientado para os meios de comunicação social

individualizados, de acordo com a sua identidade originária: imprensa, rádio e televisão. Num contexto de hibridação, mestiçagem e multimédia, todos os fenómenos da comunicação necessitam de um renovado e amplo enquadramento teórico, sustentado em preocupações sociais, económicas e técnicas da imponente, avassaladora e, por vezes preocupante, galáxia Internet. É neste contexto que se desenvolve a presente comunicação que pretende traçar as linhas principais da paleo à neotelevisão, sugerindo no seu momento

❖ Ricardo Nunes es profesor en el Instituto Politécnico de Setúbal de la Escola Superior de Educação (Portugal) (nunes@ese.ips.pt).

final, algumas reflexões sobre a TV online e o crescente sentido biunívoco da comunicação entre media digital e público construtor/consumidor de vários conteúdos em linha. Deste modo, é objectivo central interpretar o fenómeno da convergência, integração e fusão dos media, com particular incidência no dispositivo televisivo online, tendo como referência o portal da rádio e televisão de Portugal. Nas suas linhas finais sugerem-se modos de intervenção que permitam uma aprendizagem com vista ao uso e à descodificação do produto televisivo através da nova caixa electrónica.

Pensar os novos media, implica por oposição directa, que foi transposta uma barreira entre um antes e um depois. Escrito assim, estaríamos a um passo de admitir que a montante a montra dos media passa a exhibir o rótulo de velho, e que a jusante, perfila-se um novo sistema de media, autónomo e separado. Seria uma falácia tamanha permitir que este raciocínio pudesse ser ventilado e defendido fazendo crer que o antes e o depois não se cruzam nesse tempo gramatical que é o presente. A introdução de novos media não significa um apagamento das formas anteriores de comunicação de massa, pois os vários modelos coexistem e interagem desempenhando papéis diferenciados no vasto sistema de media.

Daí a pertinência da proposta de Boulter e Grusin ao sugerirem o conceito de remediação - ao compreender a relação entre media de diferentes gerações e suportes técnicos, defende-se a importação, incorporação e apropriação dos meios existentes, representando os media digitais o expoente máximo desta leitura. De acordo com esta proposta teórica, as várias aplicações hipermediáticas e multimediáticas são herdeiras de propriedades tradicionais materializadas na imprensa, rádio, televisão, pintura, fotografia, telefone, cinema e vídeo mas, simultaneamente, reconfiguradas de acordo com as características e as estratégias de remediação do meio digital traduzidas, entre outras, na Internet, nos jogos de computador e na realidade virtual.

Daqui por diante, no entender da dupla de autores, mais do que o deslumbramento imediatista pela tecnologia emergente e invasiva, compreender os novos media implica o domínio dos processos de mediação e remediação que caracterizam as formas e as práticas culturais enquanto media. Defendem Bolter e Grusin que a «Television can and does refashion itself to resemble the World Wide Web, and film can and does incorporate and attempt to contain computer graphics within its own linear form. No medium, it seems, can now function independently and establish its own separate and purified space of cultural meaning».

A história tem provado que os modelos de comunicação não se anulam e se esgotam num tempo definido, mas que ao invés, convivem simultaneamente nos mesmos períodos temporais sendo o actual momento caracterizado pela mutação dos media (Miranda, 1994), mediamorfoses (Fidler, 1997), migração digital (Vilches, 2003) e, entre outras apreciações, pela transição digital (Bastos, 2000). Assumindo a convivência entre os vários modelos de comunicação Gustavo Cardoso distingue de modo vincado a existência de duas gerações de media - velhos e novos correspondendo os primeiros à corrente de migração digital associada a «telemóveis de 3ª geração (UMTS), jornais, rádios e televisões on-line (...)»¹ ao passo que os nado digitais, «podem ser vistos nas consolas de jogos (Playstation, X-Box, Sega, Nintendo), na generalidade dos campos de comunicação interpessoal da internet (e-mail, chats, newsgroups) e de comunicação de massas (world wide web e publicações de indivíduos e entidades criadas especialmente para a www)».

«Novo contexto de migração progressiva da televisão clássica, ou generalista para o digital, defende Francisco Rui Cádima, originará um complexo mas também «amigable» sistema de comunicação, integrado por uma rede matricial de plataformas e terminais, onde o modo tradicional de ver e produzir informação, que caracterizou de um modo geral a segunda metade do Século XX, tenderá progressiva mas inexoravelmente, para um termo»². O nomadismo assinalado pelo autor acentua um ecossistema comunicacional com um expressivo protagonismo por parte do público, construtor da realidade mediática e informativa, assim como a recursos e plataformas tecnológicas acentuadamente sociais e colaborativos.

As mudanças traduzem-se em sinais não só de natureza electrónica mas, principalmente, em apropriações sociais das ferramentas disponíveis em várias plataformas. Sustenta Cádima que «a migração do broadcasting para o «egocasting», isto é, para a edição e «difusão» de fragmentos de histórias individuais, de reportagens de «jornalistas-cidadãos», de fotografia móvel, de arquivo «web», de vídeo doméstico -do mais ao menos narcísico-, de blogs e vblogs, pela procura de conteúdos diversíssimos facilitados pelas novas capacidades de câmaras integradas nos telemóveis, etc., onde, naturalmente, a chamada Web 2.0, bem como tecnologias como o WiMax, ou websites como o YouTube são cruciais para a sua distribuição».

Neste contexto de fortes mudanças e acentuada integração de meios importa centrar a análise no processo de remediação a partir da televisão, por natureza um meio audiovisual tradicional, de massa, mas agora reinventado

no contexto digital através da internet. Ao assumir a nova roupagem do novo ambiente tecnológico, a TV online convoca não só os recursos que desde sempre lhe deram forma e conteúdo, mas passa a incorporar as linguagens do modelo binário e dos diferentes parentes da comunicação social. Os impactos podem ser avaliados na mediação provocada na relação que os indivíduos passam a estabelecer com o renovado suporte comunicacional, sendo possível traçar algumas tendências no universo das TV's online. É neste sentido que encaminharemos a análise procurando enquadrar a redefinição do conceito de televisão e o papel das várias gerações na construção das experiências emergentes da comunicação digital.

«El concepto de televisión que conocemos va a desaparecer, la tecnología digital va a matar la televisión de masas y va a favorecer un concepto individual de relación similar al que tenemos con el ordenador»³, sustentam Paredes e Barbolla. Esta tomada de posição preconiza o entendimento entre duas caixas electrónicas: o televisor e o computador. Para os autores referidos, esta relação íntima tende a organizar-se em torno das seguintes perspectivas: «usar ele ordenador para ver la televisión o la televisión para ver el ordenador, consumir televisión específica para ordenador y convertir el ordenador en una herramienta para crear video».

Numa linha de pensamento idêntico Lafrance sustenta que os impactos da Internet no dispositivo televisivo se traduzem em vários aspectos, defendendo igualmente que a TV tradicional se manterá no registo conhecido - «La pantalla se convierte en un terminal que permite el acceso tanto a juegos como a servicios telemáticos, o a una cierta forma de interactividad de los programas televisados, a la vez que sigue permitiendo la televisión tradicional, nacional y local, temática o especializada»⁴. Tomando o princípio da complementaridade e convivência entre os dois modelos de televisão –a paleo e a neotelevisão⁵–, assume-se que historicamente a TV responde à trilogia que compreende os objectivos de distrair, educar e informar. Tradicionalmente, a relação estabelecida com o espectador caracteriza-se por ser vertical, paternalista e autoritária.

Lafrance descreve a mudança substancial de paradigma produzido na investigação da comunicação sobre o papel do receptor, acentuando a emergência de um telespectador (e nós diríamos, também de um usuário) activo, protagonista, capaz de eleger e também de resistir.

Sobre a denominada paleotelevisão o autor descreve-a, nomeadamente, com as seguintes características: «forma de sublimación colectiva»; «favorecía el reagrupamiento social»; «las emisiones estaban marcadas por el ritmo del acontecimiento»; «consumo casi sagrado, ritualización de la vida colectiva, en torno a acontecimientos excepcionales o convertidos en excepcionales por su asunción mediática»; «el espectador es instituido como público, y ello es así sólo porque el televisor se enciende en momentos determinados»; «la televisión embellece lo cotidiano, lo que da lugar a rituales particulares»; «la programación facilitaba al telespectador un calendario de los acontecimientos».

Por seu turno, Lafrance, descreve a neotelevisão nestes termos: «la cotidianidad estructura la programación, vista como un flujo comunicacional ininterrumpido»; «los programas son concebidos como encuentros fijos y abiertos»; «favorece una fusión de géneros»; «el telespectador puede organizar su consumo más autónomamente»; «el encuentro de la televisión con el telespectador (...) establece entre ellos una relación interpersonal de confianza»; «la televisión negocia un pacto sobre la base de la ritualidad cotidiana del telespectador»; «las interacciones rutinarias prevalecen sobre los ritos sociales colectivos»; «la sociabilidad (...) se mide en función de de las relaciones individuales»; «las relaciones privadas son más estrechas, están menos ligadas a una dimensión comunitaria y colectiva»; «la «microrritualización» de lo cotidiano va pareja con la dislocación social, la permanencia se formula como actividad relacional»; «la confianza no es una cualidad entre otras del pacto comunicativo; es el elemento fundamental que hay que negociar mucho antes de entenderse sobre el intercambio de objetos o de contenidos»; «todo sucede como si existiera un canal auxiliar abierto (para hablarse a propósito de la comunicación que se desarrolla)»; «la comunicación entre la pantalla y el espectador se basa en la creación de un vínculo y de una relación fuertemente individualizadas, establecidas con el fin de crear una fuerte interacción entre el narrador y el destinatario»; «las relaciones sociales se abordan de igual modo que en la vida cotidiana: se discute, se muestra curiosidad, se descubren cosas, se sugiere. (...) La vida se desarrolla como una serie ininterrumpida de microacontecimientos (...)».

As significativas mudanças motivadas pela alavanca tecnológica têm provocado ao longo dos tempos diferentes apropriações por parte do público, uma lógica de adaptação e construção permanente do sistema de media. As configurações provocadas pela emergência dos novos media, formatados digitalmente em complexas redes de comunicação, exigem um olhar particular sobre quem selecciona, elabora, distribui e usufrui a informação. «A novidade hoje, sustenta Cardoso e Espanha (2006), talvez esteja no facto de que a mediação é construída em torno de uma rede que coloca o cidadão enquanto nó da relação estabelecida entre uma multiplicidade de media».

Assumindo o indivíduo um renovado protagonismo no mundo contemporâneo, os impactos ao nível da intervenção e da afirmação de cidadania têm sido notórios em vários campos de actuação. O da comunicação social e em particular o do jornalismo têm manifestado profundas alterações na forma de comunicar, informar e entreter o público. Sendo ele próprio objecto central do espaço mediático, os dispositivos associados à Internet, em particular na sua versão web 2.0, têm afirmado algumas características determinantes para a sua projecção: plataformas colaborativas, eminentemente sociais, fomentadoras de partilha directa entre os cidadãos. Características que, teoricamente, fazem dos sites e portais espaços de rentabilização de artefactos técnicos comuns à rede de utilizadores potenciando novas formas de contacto ente público e redacção, público e empresa e entre público e público.

Para o fundamental deste artigo importa, a partir deste momento, apresentar alguns contributos para a análise do portal da RTP, Rádio e Televisão de Portugal, tendo em conta a ideia fulcral: tv online - tv biunívoca: modos de ver e interpretar.

Historicamente, a RTP foi a primeira estação televisiva portuguesa a ter uma presença na Internet, a 28 de Maio de 1993, tendo-se seguido a TVI (registo oficial do domínio a 17 de Novembro de 1995) e por último a SIC a 29 de maio de 1998. Se a formalização da RTP data de 1993, já a RDP - Rádio Difusão Portuguesa surge em novembro de 1995⁷, destacando-se, historicamente, a televisão pública do órgão radiofónico do Estado na aventura pela galáxia digital.

A profunda reorganização operada na empresa, fruto de alterações estatutárias, provocou uma fusão entre a RTP e a RDP, operada no ano de 2004. Assim, é posto fim a uma RTP - Radiotelevisão Portuguesa, SARL (15 de dezembro de 1955) - sociedade anónima de capital tripartido reunindo o Estado, as emissoras de radiodifusão privadas e particulares. Foi após o fracasso da Portugal Global, SGPS, S.A., que pretendeu reunir numa sociedade anónima a RTP, RDP e LUSA - Agência de Notícias de Portugal, que se registou uma reestruturação do sector empresarial do Estado na área do audiovisual. Dessas alterações legislativas resultou no âmbito do sector empresarial do Estado - Comunicação Social, o nascimento da holding Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S.A., sociedade gestora de participações sociais que integra a RTP (Radiotelevisão Portuguesa); a RDP (Radiodifusão Portuguesa) e empresas associadas (RTP Meios de Produção, Media Parque) e a LUSA, S.A..

No passado recente da concessionária portuguesa de serviço público sobressai o documento «Novas Opções para o Audiovisual» (dezembro de 2002), vertido na Lei de Televisão (Setembro de 2003) que, entre inúmeros aspectos que visaram a reestruturação empresarial se destacam objectivos empresariais comuns à rádio e televisão públicas baseados em princípios que pretendem «racionalizar a estrutura empresarial», «introduzir uma lógica de gestão rigorosa e orientada à eficiência», «potenciar as sinergias» e «reduzir os custos de funcionamento».

Da leitura do documento «Novas opções para o audiovisual» e da legislação entretanto aprovada, resulta uma preocupação residual com as plataformas digitais de comunicação, não havendo espaço sequer para um parágrafo explícito sobre qual o posicionamento da RTP sobre a sua presença no universo online. Não há, por estranho que possa parecer, uma palavra nos sub-capítulos «Reorientação dos conteúdos» e «Recuperação das audiências e captação de novos públicos» sobre os desafios colocados ao nível da estratégia para o portal institucional! As referências pálidas surgem, de modo breve e pouco preciso, nos pontos referentes ao «Aumento de Receitas», pois previa-se a «dinamização da oferta de multimédia e duplicação das receitas de 2002 para 2003» e no ponto dedicado a «desenvolver novos conceitos na televisão por cabo», no qual se enuncia a necessidade de «preparar a televisão pública para os desafios das novas plataformas, nomeadamente no domínio do digital e do multimedia».

Para além destes aspectos de natureza financeira e reveladores das expertativas anunciadas, não se regista uma linha sobre estratégia, planeamento e objectivos quanto à rentabilização do serviço digital de internet. Tais ausências, não se explicando a si próprias, poderão configurar alguma desatenção ou alheamento face aos desafios que constituem a presença online da operadora pública de rádio e televisão em Portugal.

Questão maior que envolve a Sociedade da Informação (SI), e em particular os serviços e edições online, prende-se com os acessos, ou seja, garantir num espaço amplo de cidadania, a possibilidade de aceder, produzir e promover informação. Quando reflectiu sobre os «10 anos da sociedade da informação» a APDSI⁸, dedicou um dos painéis à discussão sobre o «serviço público digital», tendo defendido que «as perspectivas para o futuro da televisão digital dependem sobretudo da actuação dos principais intervenientes; os fornecedores de conteúdos (responsáveis pela criação de mercado); os consumidores (que exigem cada vez mais oferta e mais qualidade); e o Estado (que tem aqui uma oportunidade para educar/informar/ensinar melhor e com custos mais reduzidos)»⁹. Será nesta trilogia de protagonistas que a SI, como pano de fundo, exigirá mais e melhor serviço, a quem produz, mais e melhor intervenção crítica, a quem consome. Exige-se, por isso, um quadro de excelência e de cumprimento do

Serviço Público de Rádio e Televisão que todos os contribuintes e consumidores deverão entender como seus possuidores, logo responsáveis, intervenientes e críticos.

Aprender fazendo (Castells, 2004) tem feito parte do modo de incorporar e integrar os modelos e tendências associados à sociedade da informação, mas como nota Cardoso e Espanha «As emissoras de televisão, conscientemente ou não, desenvolveram exactamente a mesma aproximação em termos de gestão, ou seja, tentaram ultrapassar a incerteza através da experimentação». Tem sido assim ao longo das várias fases dos meios de comunicação de massa, e em particular, na história da rádio e televisão, sendo uma realidade no que diz respeito ao desafio empírico da *www*. A TV online vive dessa enxertia de ser simultaneamente um meio de comunicação de massas mas também de comunicação interpessoal, sendo por isso experimentada de ambos os modos. Neste sentido, a RTP inscreve-se no modelo¹⁰ de interactividade em rede, ou seja, caracteriza-se por criar «interactividade com os próprios programas de televisão durante a sua emissão regular; a interactividade compreende a informação, chats e entretenimento; combinação de diferentes tecnologias (ex.: SMS, Internet, Chat, scroll de rodapé e televisão)».

Estruturada como portal do grupo, a presença agregadora na internet reúne a televisão e rádio públicas, desenvolvendo-se conteúdos de acordo com as seguintes áreas temáticas: televisão, rádio, informação, desporto, entretenimento, infantil, multimédia, mobile, grupo RTP e teletexto. Embora possua uma redacção própria, o portal importa praticamente todos os conteúdos noticiosos da Agência LUSA, exceptuando-se os programas de informação próprios em formato vídeo. De resto, quer a informação (notícias) quer a programação televisiva e radiofónica constituem a esmagadora maioria dos conteúdos disponíveis.

Quando observada sob a lupa «TV online - TV biunívoca» sugerem-se as seguintes considerações:

- A presença da RTP online é claramente biunívoca quando interpretada com a moldura teórica de Cardoso e Espanha - interactividade em rede. Com efeito, a TV pública portuguesa estimula fortemente a interactividade com os próprios programas de televisão durante a sua emissão regular. Os estímulos compreendem de forma expressiva os programas de entretenimento, nomeadamente através de chats combinando diversas tecnologias de informação e comunicação (ex.: sms, Internet, Chat, scroll de rodapé e televisão).

- No entanto, apresenta algumas fragilidades de interacção no que diz respeito à intervenção do público na construção da actualidade. Assim, são efectivamente inexistentes os convites à captação e envio de fotografias e vídeo bem como a uma real colaboração no envio de notícias, ou expressando opinião sobre os produtos existentes no portal - notícias, programas, entretenimento, outros.

- O portal dispõe de um número significativo de ferramentas, algumas do ambiente web 2.0, mas centradas excessivamente ao nível da programação e quase todas orientadas para as aplicações móveis. Assim, constata-se que alguns dos recursos potenciadores de interactividade, compatibilidade e colaboração têm uma utilização residual, muito longe das capacidades técnicas e sociais que lhes são inerentes.

- No que aos aspectos noticiosos e informativos concerne, o portal do grupo RTP situa-se num registo clássico de produção de conteúdos, exercitando-se um shoveware do trabalho desenvolvido pela Agência LUSA. Ou seja, as notícias são literalmente transpostas do terminal da agência noticiosa para o portal, sem qualquer complementaridade de meios e recursos (fotografias, vídeo, infografias).

- Entende-se que a este nível a RTP poderá explorar as virtualidades do suporte web ampliando os recursos e as funcionalidades que permitam uma efectiva intervenção dos usuários/construtores de conteúdos (imagem e texto). Algumas das ferramentas web associadas ao fenómeno da personalização continuam por explorar, não havendo sinais explícitos da sua implementação. Tal facto traduz-se num défice de cidadania através do portal mantendo-se por isso um desafio por cumprir.

- Procurando a Sociedade da Informação responder às necessidades do público e atendendo às minorias e aos desfavorecidos, a RTP devia reforçar o portal com mais e melhores utensílios e informações adequados às necessidades especiais. Embora existam algumas aplicações dirigidas a portadores de deficiência física, compete à concessionária do serviço público de rádio e televisão dotar a sua plataforma de Internet com utensílios de crescente relevância social.

- Embora seja um espaço que estimula alguma colaboração e interactividade, ainda não permite um diálogo e uma abertura desejáveis a uma concessionária pública, não fazendo parte do que Manuel Pinto designa como a «terceira etapa» da era televisiva em Portugal. O autor entende que «depois de uma primeira fase em que o Estado foi o único actor no panorama televisivo; depois de uma segunda fase, aquela que temos vivido em que dois actores – o Estado e o Mercado – têm hegemonizado o palco, propomos que se ensaie uma terceira etapa, que possa ser marcada pela participação dos cidadãos nos decisivos debates sobre as políticas de comunicação e informação».

e sobre os destinos do audiovisual enquanto terreno privilegiado do exercício da cidadania. Esta nova etapa remete para um modelo em que o Estado e o Mercado, nas suas respectivas funções e performatividades, dialogam, de forma visível e institucionalizada, como cidadãos, isto é, prestam contas à Sociedade» (Pinto 2005: 50).

- Mais do que a disponibilização de utensílios e ferramentas em abundância espera-se que esses meios estejam ao serviço dos cidadãos, constituindo-se como peças de elevada utilidade social. Entende-se, por isso que, ao promover valores capitais, ao estimular o livre debate de ideias e a multiplicidade de opiniões, ao defender a imparcialidade do tratamento informativo e do espectador como construtor da realidade a RTP toma em mãos alguns dos princípios mais nobres enquanto concessionária do serviço público de radiodifusão. Face ao contexto teórico actual, face aos instrumentos técnicos das gerações web considera-se que a rádio e a televisão do Estado devem empenhar-se, efectivando o que dita o texto legal, interpretando os sinais dos novos média, e atendendo ao público que somos todos nós!

- Às críticas de incumprimento de serviço público nos suportes tradicionais a RTP, lamentavelmente, reflecte na plataforma Internet excessivas debilidades que não conseguem proporcionar uma comunicação biunívoca, no sentido amplo da expressão.

Tendo em conta o actual momento que caracteriza os sistemas de média, a presença online da Rádio e Televisão de Portugal não pode ainda ser vista como uma têmpera biunívoca, embora reúna grande parte de utensílios fundamentais à sua implementação. O que falta? Rentabilizar socialmente os apetrechos disponíveis, efectivar a interactividade ao nível informativo, permitir o uso da opinião no portal e sites, eventual criação de blogues, proporcionar um amplo ambiente colaborativo e potenciar mecanismos de personalização (programativa e informativa). Fixam-se apenas algumas possibilidades de actuação de modo a implementar um serviço público fazendo da RTP uma plataforma pública de amplo, participado e crítico debate.

Notas

1 CARDOSO, G. (2005): «Novas Políticas, «Novos Média»? Para um serviço público de Internet»; 84

2 CÁDIMA, F.R. (2000): A televisão nómada, p. 214

3 MILLÁN, T. y BARBOLLA, D. Las Tecnologías digitales aplicadas a la televisión: del espectador pasivo al espectador interactivo

4 LAFRANCE, J.P. (2007): La televisión y su público. Un contrato en proceso de renegociación permanente (www.campusred.net/telos/antepiores/num_39/opi_perspectivas4.html) (09-0707).

5 Na expressão de Umberto Eco (1983) a paleotelevisão é caracterizada por uma «estabilidade» dos géneros e delimitada por fronteiras que distinguem sem ambiguidades informação e ficção. A neotelevisão é interpretada como a que apresenta uma mistura de géneros, alternando e misturando os domínios da ficção e do real, do narrativo e do explicativo, do geral e do particular. Caracteriza-se também por ter uma postura umbiguista pois centra-se em si própria e no contacto (permanente e excessivo) que mantém com o seu público. Os conceitos foram reapreciados em 1990 por Casetti e Odín.

6 Cardoso, Gustavo, Comunicação e Jornalismo da Era da Informação, p. 77

7 Informações de datas contidas em António Granado, Os média portugueses na Internet [<http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.html>], 2002 (Consultado em 7 de Maio de 2007)

8 «10 Anos da Sociedade da Informação», Associação para a Promoção e Desenvolvimento da Sociedade da Informação. 2 de Novembro de 2006. FIL, Parque das Nações.

9 www.apdc.pt (03-04-07)

10 A dupla de autores refere a existência de vários modelos de internet dos canais de televisão: Internet de notícias, aprofundamento de notícias, EPG alargado, portal televisão de conteúdos, portal televisivo institucional e interactividade em rede.

Referências

BOLTER, J.D. y GRUSIN, R. (1999): Remediation: understanding new media. Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

BASTOS, H. (2000): Jornalismo Electrónico. Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções. Coimbra, Minerva.

CARDOSO, G. y ESPANHA, R. (Orgs.) (2006): Comunicação e jornalismo na era da informação. Porto, Campo das Letras.

CARRILHO, M.; CARDOSO, G. y ESPANHA, R. (org.) (2002): Novos media, novas políticas? Debater a sociedade da informação. Celta, Oeiras.

CASTELLS, M. (2004): A galáxia internet, reflexões sobre a internet, negócios e sociedade. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

ECO, U. (1993): Viagens na Irrealidade Quotidiana. Lisboa, Difel.

FIDLER, R. (1997): Mediamorphosis: understanding new media. Thousand Oaks, CA, Pine Forge Press.

MIRANDA, B. (1994): Análítica da actualidade. Lisboa, Veja.

PINTO, M. (2005): Televisão e cidadania. Contributos para o debate sobre o serviço público. Porto, Campo das Letras.

VILCHES, L. (2003): A migração para o digital. São Paulo, Loyola.