

Inovação no Serviço Público de Média: um processo contínuo, transversal e enraizado nas suas missões

Felisbela Lopes

(Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho)
(felisbela@ics.uminho.pt)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9227-8998>

Elton Bruno Pinheiro

(Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho)
(elton.pinheiro@ics.uminho.pt)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1465-1288>

Luís António Santos

(Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho)
(lsantos@ics.uminho.pt)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7062-0307>

Felisbela Lopes: Doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho desde 2005, é Professora Catedrática do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. Entre 2009 e 2014, foi aí Pró-Reitora para a área da Comunicação. Leciona, desde 1994, disciplinas ligadas ao campo do Jornalismo. As suas áreas de investigação são a informação televisiva, com ênfase no serviço público de média; a comunicação e o jornalismo da saúde; e o jornalismo político, incidindo na cobertura mediática da Presidência da República Portuguesa. Foi investigadora principal de dois projetos de investigação financiados pela FCT: “A doença em notícia” e “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública na era digital”. É autora de vários livros, dos quais se destacam *Marcelo, Presidente todos os dias* (Porto Editora, 2019); *Jornalista: uma profissão ameaçada* (Alêtheia, 2015); *Vinte anos de televisão privada em Portugal* (Editora Guerra e Paz, 2012); *A TV do real* (Minerva, 2008); *A TV das elites* (Campo das Letras, 2007). É comentadora residente da RTP para os temas de comunicação. É colunista semanal do *Jornal de Notícias* e mensal do *Correio do Minho*.

Elton Bruno Pinheiro: Investigador Integrado e Professor de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho (UM). Pesquisador no programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutorado em Comunicação e Sociedade, pela UnB. Pós-doutorado em Ciências da Comunicação, pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS/UM). Mestre em Comunicação e Culturas Mediáticas Audiovisuais e Bacharel em Comunicação Social, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Estuda Serviços Públicos de Média, Jornalismo e Som, em suas relações com a qualidade da informação, a literacia mediática e a inovação.

Luís António Santos: Professor Associado de Ciências da Comunicação na Universidade do Minho. É doutorado em Ciência da Comunicação pela UM e tem mestrado em Política Internacional, pela School of Oriental and African Studies (SOAS) – Universidade de Londres. Foi jornalista durante mais de uma década, tendo trabalhado para meios de Imprensa, Rádio e Televisão. Tem interesse nas mudanças que ocorrem no jornalismo, nos formatos que ajudam a repensá-lo e nas arquiteturas de regulação dos novos espaços informativos. É membro eleito do Conselho Geral da Universidade do Minho e diretor-adjunto do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Submissão: 08/05/2026

Aceitação: 25/05/2026

Inovação no Serviço Público de Média: um processo contínuo, transversal e enraizado nas suas missões

Resumo (PT): A Doutora Felisbela Lopes constitui uma referência no estudo do Serviço Público de Média em Portugal, articulando um sólido percurso académico com uma intervenção ativa no espaço público e mediático. Doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho, onde é Professora Catedrática, tem desenvolvido investigação centrada na informação televisiva, no jornalismo político e na comunicação em saúde, com especial ênfase no papel do serviço público na construção da esfera pública democrática. Nesta entrevista, concedida aos investigadores Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos, a autora reflete sobre a relevância do Serviço Público de Média enquanto infraestrutura crítica das sociedades democráticas, sublinhando os seus princípios fundacionais e missões orientadas para o interesse público. Destaca ainda o papel da inovação, entendida como um processo transversal que permite ao SPM adaptar-se às transformações tecnológicas e aos novos hábitos de consumo, bem como os desafios

que persistem no contexto português, nomeadamente no âmbito do financiamento e da sustentabilidade. Ao longo da conversa, evidencia a centralidade da qualidade da informação, da literacia mediática e da relação com os cidadãos e cidadãs, defendendo uma visão do SPM como espaço de inclusão, participação e coesão social, em permanente articulação com a academia e outros atores sociais.

Palavras-chave: Serviço Público de Média, Inovação, Qualidade da informação, Cidadania.

Innovation in Public Media Services: a continuous, cross-cutting process rooted in its missions

Abstract (EN): Dr. Felisbela Lopes is a leading reference in the study of Public Service Media in Portugal, combining a solid academic trajectory with active engagement in the public and media spheres. She holds a PhD in Communication Sciences from the University of Minho, where she is a Full Professor, and her research focuses on television news, political journalism, and health communication, with particular emphasis on the role of public service in shaping the democratic public sphere. In this interview, conducted by researchers Elton Bruno Pinheiro and Luís António Santos, she reflects on the relevance of Public Service Media as a critical infrastructure in democratic societies, highlighting its foundational principles and missions oriented toward the public interest. She also underscores the structuring role of innovation, understood as a transversal process that enables PSM to adapt to technological transformations and new consumption habits, while addressing persistent challenges in the Portuguese context, particularly regarding funding and sustainability. Throughout the conversation, she emphasizes the centrality of information quality, media literacy, and the relationship with citizens, advocating a vision of Public Service Media as a space for inclusion, participation, and social cohesion, in continuous articulation with academia and other social actors.

Keywords: Public Service Media, Innovation, Quality of information, Citizenship.

Inovação no Serviço Público de Média: um processo contínuo, transversal e enraizado nas suas missões

Entrevista a Felisbela Lopes

A presente entrevista à Doutora Felisbela Lopes inscreve-se no debate contemporâneo sobre o papel do Serviço Público de Média (SPM) nas sociedades democráticas, num contexto marcado por profundas transformações tecnológicas, alterações nos padrões de consumo e desafios estruturais ao ecossistema mediático. Professora Catedrática da Universidade do Minho e investigadora de referência nas áreas da informação televisiva, do jornalismo político e da comunicação em saúde, a autora tem desenvolvido um percurso académico consistente centrado na análise do serviço público, ao qual se soma a coordenação do *Livro Branco do Serviço Público de Média* (2023), um documento estratégico para o setor em Portugal.

Ao longo da entrevista, Felisbela Lopes sublinha o carácter do SPM enquanto infraestrutura crítica, orientada pelo interesse público e sustentada por princípios como a universalidade, a independência, o pluralismo e a qualidade. Nesse sentido, destaca o seu contributo para a consolidação de uma esfera pública democrática, promovendo a informação rigorosa, a coesão social, a valorização da identidade cultural e a participação cívica. A inovação surge, neste quadro, não como um fim em si mesmo, mas como um processo transversal e contínuo, essencial para a adaptação do SPM às dinâmicas sociotecnológicas contemporâneas, incidindo tanto nas estruturas organizacionais como nas práticas de produção e distribuição de conteúdos.

A autora reconhece os esforços do operador público português, nomeadamente da RTP, na transição digital e na diversificação da oferta, com destaque para o desenvolvimento de plataformas, *podcasts* e lógicas de consumo não linear. Ainda assim, aponta para desafios estruturais, nomeadamente no campo do financiamento e da dependência de decisões políticas, que têm impacto na capacidade de inovação e de planeamento estratégico. Paralelamente, enfatiza a centralidade da qualidade da informação num contexto de desordens informativas, defendendo o reforço de mecanismos de validação, da formação dos profissionais e da promoção da literacia mediática.

Por fim, a entrevista evidencia a necessidade de aprofundar a relação do SPM com os cidadãos, entendidos como eixo central da sua missão, bem como de reforçar a articulação com a academia e outros atores sociais, de modo a potenciar processos de inovação e a assegurar a sustentabilidade e relevância do serviço público no ecossistema mediático contemporâneo.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Poderia a Doutora Felisbela Lopes apresentar-se, descrevendo aspetos da sua formação e percurso académico, e destacando, em particular, a sua trajetória no Serviço Público de Média e a sua relação com este, nomeadamente as principais questões científicas que orientam as suas investigações nesse campo?

Felisbela Lopes

O meu percurso no campo do Serviço Público de Média inicia-se no primeiro quinquénio dos anos 90, com a escolha do tema para as Provas de Aptidão Pedagógica e Capacidade Científica. Optei por analisar a informação diária do serviço público no contexto do surgimento dos canais privados, tendo esse trabalho sido publicado em livro (*O telejornal e o Serviço Público*, Edições Minerva/Coimbra 1999). Posteriormente, no âmbito do meu Doutoramento, estudei a informação semanal nos canais generalistas portugueses, incluindo a RTP1, tendo essa tese dado origem a dois livros (*A TV das elites*, Campo das Letras, 2007; *A TV do real*, Edições Minerva/Coimbra, 2008). Nas Provas de Agregação, regresssei à informação e aos *plateaux* de informação (editando depois o livro *A TV dos jornalistas*, CECS/Universidade do Minho, 2011).

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Qual a importância do Serviço Público de Média para a sociedade, nomeadamente para a consolidação de uma esfera pública democrática?

Felisbela Lopes

Sustentando os valores das sociedades democráticas, um Serviço Público de Média é uma relevante infraestrutura crítica que se salienta pela atividade que é capaz de apresentar

aos cidadãos enquanto “bem público”, distinguindo-se pela sua atuação enquanto meio que se pauta pelo interesse público e bem comum. Orientado por um conjunto de princípios normativos e respeitando valores que enquadram as suas missões, um SPM apresenta no ecossistema mediático traços distintivos que lhe conferem uma identidade própria e insubstituível. Informar com rigor, independência e pluralismo; promover conhecimento; valorizar a identidade nacional (sobretudo, a cultura e a língua); fomentar a coesão territorial e a cidadania; refletir a diversidade social; e incentivar a inovação constituem missões intrínsecas a um SPM que contribuem para estruturar a sociedade que somos. Ao mesmo tempo, ao servir todos os cidadãos e ao criar com eles canais de comunicação, reforça a participação cívica e a inclusão social. A prossecução destas missões deve estar ancorada em princípios fundacionais, como a continuidade, a igualdade, a neutralidade e a adaptabilidade; e em valores estruturantes, como a qualidade, a universalidade, a independência, o pluralismo, a acessibilidade e a prestação de contas, aos quais se juntam hoje novos valores, como a sustentabilidade, a cidadania, a solidariedade e a proximidade, que refletem desafios contemporâneos enfrentados pelas sociedades democráticas.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Quando falamos de “inovação” no contexto deste Dossiê Temático da revista *Comunicação Pública*, partimos de uma compreensão deste conceito como um “fenómeno social” com dimensões “técnicas e simbólicas”. Em vossa perceção, em que medida a inovação pode (ou deve) ser contributiva para os Serviços Públicos de Média e quais seriam, em sua avaliação, os principais reptos para uma “cultura da inovação” neste segmento específico da Comunicação Social?

Felisbela Lopes

Num contexto de SPM, a inovação deve ser conceptualizada não como um fim em si mesmo, mas como meio estruturante para desenvolver as missões atribuídas. Nesta perspetiva, pode atravessar vários níveis de um operador público, incidindo sobre a dimensão organizacional, (através de eficientes modelos de gestão, produção e coordenação mais eficientes, colaborativos e em consonância com a crescente complexidade institucional) como sobre as práticas quotidianas em diversos domínios

(informação, entretenimento, conteúdos mais formativos e interação com os cidadãos), assegurando elevados padrões de qualidade, diversidade e capacidade de adaptação às atuais dinâmicas sociotecnológicas.

No domínio da informação, a inovação assume um papel central na reconfiguração de processos produtivos que contribuam para que a informação jornalística seja um referencial de confiança, de rigor, de pluralismo e de inclusão, capaz de surpreender e cativar novos públicos. Neste quadro, seria relevante a integração de novos temas bem como a experimentação de novos dispositivos de produção e de novas linguagens, nomeadamente novos modos de dar a ver a realidade que se mediatiza a fim de aproximar mais pessoas dos acontecimentos de forma clara e compreensível. Por outro lado, o SPM pode constituir-se como dinamizador da indústria audiovisual nacional, funcionando como um agente impulsionador da criação. No *Livro Branco do SPM*, avançamos a possibilidade de, “numa lógica de capital de risco, apoiar projetos de elevado risco, mas também com elevado potencial”. No que diz respeito a conteúdos mais formativos, a prioridade deve privilegiar formatos que expliquem, de forma atrativa, desordens informativas que, em diversos campos sociais, tomam conta da nossa vida coletiva, exercendo influência significativa na esfera pública. Em suma, a inovação deve ser entendida como um processo contínuo, estruturalmente transversal e enraizado nas missões de serviço público.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Como avalia a relação do operador do Serviço Público de Média português, nomeadamente a RTP, com a perspetiva da inovação? Considera que a RTP está a conseguir adaptar-se às formas mais atuais de consumo de conteúdos, como por exemplo: *podcasts*, plataformas de *streaming* e redes sociodigitais?

Felisbela Lopes

Penso que tem havido aí um esforço visível. Tomemos o exemplo da transição digital. Há avanços significativos na presença em plataformas digitais, na oferta e no desenvolvimento de conteúdos em *streaming* e no desenvolvimento de formatos orientados para públicos mais segmentados. A expansão da oferta de *podcasts*, a

consolidação da plataforma RTP Play e a crescente valorização dos arquivos constituem indicadores de um trabalho que procura adaptar o operador público a novas exigências, criando outras temporalidades fora de linhas sincronizadas com o tempo presente, havendo uma adaptação a lógicas de acesso não linear, características dos ecossistemas digitais contemporâneos.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Sabemos que, em diferentes geografias e contextos sociais, existem debates específicos que atravessam o repto da inovação nos SPM. Em sua avaliação, quais as principais (ou as mais atuais) fragilidades do Serviço Público de Média no contexto português? (Se considerar oportuno, a Doutora Felisbela poderia tecer uma reflexão sobre o que considera serem possíveis caminhos para que o referido SPM supere estas fragilidades?)

Felisbela Lopes

As principais fragilidades do SPM situam-se, de forma estrutural, no financiamento, que condiciona transversalmente a capacidade de resposta a vários desafios, incluindo o da inovação. Sendo financiado essencialmente pela Contribuição para o Audiovisual, cujo montante não é atualizado desde 2016, existe hoje uma erosão financeira da RTP, decorrente da evolução dos custos de produção, de distribuição e de transição digital, entre outros fatores. Esta situação agrava-se pela dependência de decisões políticas, que introduz um grau de incerteza que impede qualquer planeamento estratégico de médio e longo prazo. Este sério constrangimento financeiro reflete-se na competitividade do SPM, na retenção de recursos humanos mais especializados e na celeridade de adaptação a novos hábitos de consumo. Uma possível via de mitigação desta fragilidade seria tornar obrigatória a atualização da CAV (Contribuição para o Audiovisual), pelo menos indexando o respetivo valor à taxa de inflação de forma a garantir a preservação do seu valor real e reduzir a volatilidade política.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Como avaliaria, de uma maneira geral, a perceção dos cidadãos e cidadãs portuguesas(as) sobre o Serviço Público de Média, nomeadamente, a RTP? Nesta direção, gostávamos de que, se possível, comentasse sobre como os Serviços Públicos

de Média podem (ou devem) atuar (e/ou inovar) para dialogar com os cidadãos e cidadãos.

Felisbela Lopes

Nas recomendações que integramos no *Livro Branco sobre o SPM*, dedicamos um ponto aos(às) cidadãos(ãs), recomendando uma relação com eles de serviço e procurando com este conceito substituir audiências e públicos. A justificação apresentada é a seguinte: “Não basta servir o público, é preciso que, no âmago da sua atividade, estejam os(as) cidadãos(ãs). Hoje e cada vez mais, o conceito de público perde operacionalidade a favor dos públicos múltiplos e diversos que importa ter presentes na oferta diferenciada que deve caracterizar o SPM. Servir os(as) cidadãos(ãs) passa também por contribuir de forma permanente e criativa para elevar a literacia mediática de todos os grupos sociais e etários. Passa por desenvolver, quer nas práticas internas, quer junto de todos os públicos, os princípios e as boas práticas de defesa da sustentabilidade ambiental e social. Por definição, o SPM coloca-se na frente da inovação que garanta a acessibilidade de todos aos seus serviços e conteúdos e procura alimentar uma relação aberta com a sociedade, de modo a ser permeável à crítica e à investigação e a explorar oportunidades de parcerias que potenciem a concretização dos seus desígnios” (Lopes et al., 2023, p. 192).

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Diante de fenómenos como as desordens informativas, os discursos de ódio e as narrativas político-ideológicas, como os Serviços Públicos de Média podem ou devem atuar para os mitigar?

Felisbela Lopes

O SPM deve desenvolver sistemas estruturados e contínuos de validação de informação, provenientes de fontes diversas, incluindo mecanismos de IA. É fulcral reforçar a qualificação de produtores de conteúdos, sobretudo de jornalistas, através de iniciativas de formação orientadas para a identificação, a prevenção e a mitigação de diversas formas de desordens informativas. Paralelamente, o SPM deve promover a literacia mediática, desenvolvendo programas para públicos vulneráveis, particularmente crianças, jovens e

idosos, a fim de os capacitar com competências críticas no acesso e interpretação de informação.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Poderia refletir um pouco sobre o papel do SPM na garantia da qualidade da informação?

Felisbela Lopes

A informação deve ser uma prioridade do SPM. Diante de fenómenos de desordens informativas e da inclinação para os cidadãos se fecharem em “bolhas informativas”, é fundamental desenvolver conteúdos jornalísticos que sigam exigentes padrões éticos e deontológicos, assumindo-se como um referencial em todo o ecossistema mediático. Num tempo em que a reportagem e o jornalismo de investigação escasseiam, um operador público deve cultivar todos os géneros jornalísticos, sobretudo os que exigem mais tempo. Torna-se igualmente necessário produzir peças que vão além da atualidade para contextualizar devidamente o que acontece. Um operador público deve assumir o desígnio de narrar o mundo através de múltiplas perspetivas, interrogando a realidade com ângulos críticos e aprofundados. Isso exige uma linha editorial pautada por um permanente rigor e por uma contínua vigilância editorial a fim de gerar credibilidade e confiança públicas. Dirigindo-se a todos os cidadãos, um SPM deve integrar a diversidade social, cultural e geográfica, refletindo, desse modo, as diferentes regiões do país, as comunidades emigrantes e o universo alargado dos falantes da Língua Portuguesa. Assim, quem segue os conteúdos jornalísticos pode ter acesso a realidades mais próximas assim como àquelas que se encontram mais distantes, mas que integram a identidade nacional. É neste cruzamento entre proximidade e abertura ao mundo que se torna possível respeitar o pluralismo e a diversidade do que somos. É, pois, na informação noticiosa de qualidade que se encontra a base para a promoção de uma cidadania informada e participativa.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

O Livro Branco do Serviço Público de Média (2023), trabalho recentemente coordenado pela Doutora Felisbela Lopes, apresenta, entre os seus importantes tópicos e abordagens, “recomendações” para o caso português. Nesta direção, a

referida obra traz um relevante destaque para a questão dos “desafios que se colocam ao Serviço Público de Rádio e de Televisão, num contexto de mudança tecnológica e de alteração dos hábitos de consumo”. Gostaria de nos oferecer uma reflexão adicional sobre estes ou sobre outros desafios? Caso considere pertinente, gostava também de compartilhar um pouco sobre como avalia o processo de acolhimento e abordagem das contribuições do *Livro Branco*, seja pelo SPM português seja pela comunidade académica, ou a repercussão que estas tiveram?

Felisbela Lopes

De entre as recomendações do *Livro Branco do SPM*, gostaria de salientar o acolhimento que encontrou o conceito que dá título ao livro e que levou ao abandono dos conceitos de serviço público de rádio e televisão. O conceito que propusemos foi também acolhido pelo Contrato de Concessão celebrado entre o Estado e a RTP a 7 de março de 2025. Esta opção terminológica, comum noutros países, decorre do reconhecimento de mudanças estruturais que têm reconfigurado o campo audiovisual, particularmente resultantes da transição digital e da crescente interligação entre tecnologias e dispositivos. Pretende-se, desse modo, dar conta de um ecossistema cada vez mais híbrido no qual os média tradicionais coexistem com modalidades digitais, como conteúdos *online*, *streaming*, serviços *on-demand*, *podcasts* e outras formas plenamente integradas nos processos de criação, circulação e consumo de conteúdos mediáticos. Uma outra recomendação seguida foi a urgência de se promover a transição digital. Escrevemos, na altura, que tal mudança ultrapassa largamente a dimensão tecnológica, exigindo uma reconceitualização e novas práticas do SPM, que deveria, a partir daqui, reformular de modo profundo formas de produção, de distribuição e de envolvimento dos cidadãos. Transformação digital, concessionária, informação e jornalismo, conteúdos e distribuição, e cidadãos foram as cinco dimensões onde fizemos assentar um conjunto de recomendações. No sumário executivo, deixámos ainda uma nota que nos parece pertinente: é preciso reformular o quadro jurídico que atualmente rege a concessionária (RTP) e a prestação do serviço público, que é extenso e limitador. Na nossa perspetiva, “a aplicação das regras do setor público empresarial à concessionária, sem acolher as especificidades do setor em que esta atua, tolhe, de forma significativa, a sua capacidade de acompanhar as evoluções tecnológicas e as constantes alterações dos padrões de consumo” (Lopes et al., 2023, p. 15). Nesse tempo, o Contrato de Concessão foi reformulado, mas tudo o resto continua por fazer e seria importante iniciar esse caminho.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Como as universidades (e outras instituições de Ensino Superior) podem contribuir com os Serviços Públicos de Média e seus processos de inovação? Como deve ser a relação entre esses atores? Ademais, com que outros atores é fundamental que os SPM mantenham proximidade e diálogos contínuos e/ou estratégicos?

Felisbela Lopes

A relação entre a Universidade e o SPM deve ser de estreita cooperação, concretizada na produção, circulação e aplicação de conhecimento. Essa ligação não se esgota no domínio científico das Ciências da Comunicação. Tal como a informação noticiosa conta com especialistas de áreas diversas para a devida contextualização da atualidade, também a concessionária do SPM deveria promover uma articulação com diferentes campos do saber. Tal poderia traduzir-se em projetos conjuntos de investigação aplicada, estágios, laboratórios de inovação e desenvolvimento de ferramentas inovadoras que pudessem ser testadas em contextos operacionais reais. Assim, as universidades poderiam ser parceiros mais ativos na experimentação de soluções concretas que tornassem o SPM mais competitivo nas suas diferentes dimensões.