

**O diálogo entre a rádio e a internet  
na informação da Antena 1**

**Raquel Bento Tereso**

**Relatório de Estágio  
de Mestrado em Jornalismo**

**Julho, 2012**

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à  
obtenção do grau de Mestre em Jornalismo realizado sob a orientação científica de  
António Granado

*À FCSH pela compreensão,  
à minha família pela paciência e amor  
incondicional... À Ana, Laura, Cris, Bárbara,  
Sylvie! Carlos... Mara e Sara pela  
amizade e pelo apoio*

# O diálogo entre a rádio e a internet na informação da Antena 1

Raquel Tereso

## Resumo

Palavras-chave: rádio, internet, jornalismo, Antena 1

Fala sobre rádio e sobre internet. Traça o perfil de cada uma delas para depois arriscar cruzá-las numa análise em que se contrapõem as características de uma e outra, em busca de pontos de contacto, do que as une e as separa. Desde que a internet se instalou entre nós, impondo-se como um espaço de partilha em que convergem todos os tipos de conteúdos e serviços, tem vindo a revolucionar o modo como nos relacionamos com a informação e a provocar a “reinvenção” da rádio, obrigando-a a redesenhar-se, a adaptar-se à sua linguagem. Uma nova rádio que encontraremos no final deste relatório, em que se procura entender de que forma comunicam estas duas vertentes, no que diz respeito à informação da Antena 1, canal generalista da rádio pública onde decorreu o estágio que originou este projecto.

## Abstract

Keywords: radio, internet, journalism, Antena 1

Speaks about radio and about internet. Draws the profile of each one of them for then to risk a cross analysis in which are opposed the characteristics of one and another, in search of contact points, what unites and separates them. Since the internet settled among us, imposing itself as a sharing place in which all kinds of contents and services converge, revolutionizing the way we relate with information and provoking the “reinvention” of the radio, forcing it to redraw itself, to adapt to its language. We'll find, at the end of this report, a new radio that seeks to understand how these two parts communicate, regarding the information of Antena 1, general channel of public radio where elapsed the internship that originated this project.

# Índice

Introdução .....	1
I PARTE: O jornalismo na Rádio	
I.1. Contexto histórico e caracterização do cenário actual .....	3
I.1.1. A descoberta da rádio aquém e além fronteiras .....	3
I.1.2. O universo da rádio hoje .....	8
As rádios, as audiências .....	8
A utilização da rádio .....	10
I.2. A identidade da rádio .....	12
I.2.1. O som enquanto matéria-prima da rádio .....	12
I.2.2. Os quatro elementos que compõem a linguagem radiofónica .....	14
I.2.3. As características do meio rádio .....	16
I.3. A informação em rádio .....	19
I.3.1. A informação em rádio numa perspectiva evolutiva .....	19
I.3.2. A linguagem da rádio e do radiojornalismo .....	23
I.3.3. A voz e o elemento subjectivo introduzido pela fala do jornalista .....	25
I.3.4. Os valores-notícia em rádio .....	28
I.4. A rádio de serviço público e a experiência na redacção da Antena 1.....	31
I.4.1. Questão prévia – as obrigações da rádio de serviço público .....	31
I.4.2. A experiência na redacção da Antena 1 .....	33
Manhã 2: as rotinas e o modo de funcionamento da redacção .....	33
A secção de economia e a adaptação ao modo de escrita em rádio .....	41

## II PARTE: O jornalismo na Internet

II.1. Contexto histórico e caracterização do cenário actual .....	45
II.1.1. Da invenção dos computadores à afirmação da internet .....	45
O desenvolvimento do computador .....	45
A criação da internet .....	46
A utilização da internet hoje .....	47
II.1.2. O ciberjornalismo e os desafios do novo media .....	49
Do nascimento do ciberjornalismo aos dias de hoje .....	49
Os desafios do ciberjornalismo na sua afirmação como media autónomo	51
II.2. A identidade do jornalismo online .....	53
II.2.1 As características do ciberjornalismo .....	53
II.3. A rádio na internet .....	57
II.3.1. As especificidades da rádio na internet .....	58
A identidade da rádio com a chegada à internet .....	58
As características da velha rádio no novo meio .....	61
O papel da nova rádio .....	64
II.4. A rádio de serviço público na internet e a experiência na secção de multimédia da Antena 1 .....	66
II.4.1. O site da Antena 1 .....	67
II.4.2. A experiência na redacção de multimédia .....	68
II.4.2. Balanço final do estágio .....	73
Conclusão .....	78
Bibliografia .....	82
Anexos .....	88
Anexo 1. Gráficos, figuras e tabelas .....	88
Anexo 2. Notícias realizadas durante o estágio .....	92

## Introdução

*“Pela sua natureza, o rádio está fortemente vinculado à tecnologia. Desde a produção até à recepção de suas mensagens, uma série de recursos de distintas características se conjugam com a finalidade de proporcionar a “magia” que caracteriza a transmissão de ondas electromagnéticas ‘carregadas’ de sons.” [Esch, 2001: 78]*

Fenómeno físico, vibração sonora, fruto de todo um processo de conversão e reconversão do sinal acústico em sinal eléctrico. Comunicação sem fios, que vence as barreiras do espaço e do tempo e nos fala ao ouvido, de forma clara e intimista, como que por magia. “Acção à distância, sem contacto físico evidente”, que é invisível, desprovida de qualquer componente visual, mas conta com o poder da palavra e da música, extremamente sugestivas, capazes de despertar a nossa imaginação.

Estes são alguns dos ingredientes que conferem à rádio a aura misteriosa [Meditsch, 1999: 17] que a caracteriza e deslumbrou o mundo aquando do seu nascimento, alterando a forma como se recebia a informação, tornando-a gratuita, acessível, vencendo a imprensa pela imediatez com que a notícia passou a circular.

*“A palavra radiofónica colou-se ao acontecimento, à medida que ele se ia produzindo, de uma maneira ofegante, dramática, impondo a ideia de que doravante o conhecimento da actualidade já não é mais o resultado do impresso, mas da palavra. A história “quente”, no acto de se fazer, é uma história auditiva, o ouvido torna-se de novo naquilo que era na Idade Média: não só o primeiro dos sentidos (antes do tacto e da vista), mas o sentido que funda o conhecimento” [Barthes in Rodrigues, 2010: 103].*

A rádio tornou-se o primeiro meio electrónico de comunicação de massas [Meditsch, 1999: 35]. Factor de coesão nacional, aparelho que ao serão reunia à sua volta família e amigos para ouvir concertos e peças de teatro radiofónicas – as primeiras fórmulas que preencheram a sua programação.

A rádio fazia-se “adaptando técnicas que foi buscar ao mundo dos espectáculos e da imprensa, que no princípio apenas imitou”, para “num processo de diferenciação gradual”, “forjar” a sua própria identidade [1999: 111-112], “criando novas formas de produção, apresentação e especialização” dos conteúdos. Uma evolução que se fez e

se faz (continua a passar-se assim com cada novo meio) “em função da sensibilidade dos profissionais do meio em relação às reacções do público e dos próprios objectivos definidos pela organização para esse novo suporte”. [Cordeiro, 2003: 38]

Enquanto tecnologia e enquanto meio de comunicação social, a rádio foi se construindo, ao longo do tempo, ao sabor das mudanças sociais e políticas que foram ocorrendo e influenciando o modo como as pessoas se relacionam e percebem o mundo. Desempenhando um papel activo em cada momento da História, que ajudou a escrever. Instrumento de propaganda, libertação, veículo de distração e informação, que nos põe em contacto com quem está longe. Universal, abrangente e instantânea.

Em pleno século XXI, oito décadas depois do nascimento das primeiras estações profissionais, a rádio continua a ter lugar cativo nesta sociedade, contrariando todas as previsões “catastróficas” que a davam como acabada, face ao advento de novos meios, mais modernos e sofisticados. A rádio tem sabido adaptar-se, mantendo sempre a sua essência. Actualizando-se, tirando partido dos avanços que tecnologia põe ao seu dispor para crescer. Provando que aquilo que a define está para lá da mera “indexação ao seu media ou suporte tecnológico” [Vieira, Cardoso e Mendonça, 2010: 10].

*“A rádio não muda, mas antes adapta-se às mudanças e é, no actual contexto de mudança, o meio mais habilitado para o fazer sem mudanças radicais da sua base enquanto media.” [2010: 10]*

Tal como a televisão antes dela, hoje é a internet que está a desafiar a rádio, pondo em causa a sua identidade, por lhe disponibilizar ferramentas que desvirtuam parte das suas características inatas. A internet está a revolucionar o modo como lidamos com a informação, provocando a fragmentação do público e criando novos hábitos de consumo. Permitindo que o utilizador se ligue ao mundo através da web e aceda a todo o tipo de dados, escolhendo o que quer ver a cada momento.

É esta a questão a jusante deste trabalho, desencadeado por uma experiência de estágio no canal generalista da rádio pública, a Antena 1, que se encaixa na conceptualização que doravante se fará, demonstrando em termos práticos o objecto do estudo. Neste sentido, começará por se definir o meio rádio e o jornalismo que aí se faz, passando em revista a sua história e principais características, para depois se avançar até aos nossos dias, palmilhando o mesmo caminho em relação à internet.

# I PARTE: O jornalismo na Rádio

## I.1. Contexto histórico e caracterização do cenário actual

Tal como um ser humano é moldado pela sua experiência, também a rádio é o somatório de tudo o que tem sido ao longo dos seus mais de 100 anos de evolução. As primeiras invenções e descobertas tecnológicas, as primeiras emissões experimentais! A profissionalização do sector, o embate com o poder político e económico. Com os vários períodos da história e o contexto social e mediático em que tem crescido. Tudo isto faz parte da sua história e influencia o modo como se faz rádio hoje. Definindo-a.

Neste sentido, o capítulo que se segue propõe uma viagem pelo percurso da rádio, dos primórdios à actualidade, num esforço de contextualização que a enquadra na história do mundo e na realidade portuguesa, descrevendo os principais grupos e emissoras que a constituem, bem como a sua audiência.

### I.1.1. A descoberta da rádio aquém e além fronteiras

A história da rádio, na sua origem mais longínqua, remonta à segunda metade do século XIX. A demonstração teórica da existência de ondas electromagnéticas por James Maxwell, em 1864, foi o primeiro grande feito, seguido da invenção do oscilador capaz de as produzir, transmitindo e recebendo ondas de rádio a curta distância, mais de duas décadas depois, em 1888. [Verbo, vol. 14: 860-861 e vol. 19: 351] Heinrich Hertz foi o físico que o desenvolveu e cujo nome passou a designar a unidade de medida da frequência de onda, em ciclos por segundo. [Rodrigues, 2000: ver *Hertz*].

Depois disso, outros trabalhos foram desenvolvidos e, com base neles, em 1894-1895, Guglielmo Marconi inventa a antena que lhe permitirá enviar as primeiras mensagens telegráficas à distância, em código Morse [Rodrigues, 2010: 101; Silva, 2002a], registando em 1896 a patente do telégrafo sem fios (TSF) [Verbo, vol. 18: 1279]. A primeira transmissão sonora foi conseguida por Reginald Fessenden, que na noite de Natal de 1906 emitiu a partir de Massachussets, nos Estados Unidos, aquele que é considerado o primeiro programa de rádio. “Leu algumas palavras da Bíblia, tocou violino e desejou bom Natal a todos os que estavam à escuta”. [Silva, 2002a]

Os primeiros a usufruir da emissão por ondas de rádio foram os militares, que as utilizaram para comunicar com os navios que se encontravam em alto mar [Rodrigues, 2010: 102]. Aliás, em Portugal o seu uso estava reservado ao “serviço radiotelegráfico” daqueles profissionais [Silva, 2002b], o que não impediu que, em 1914, à revelia e por “carolice” [Bonixe, 2009: 117], surgissem as primeiras emissões radiofónicas no país, difundidas pela Rádio Hertz [Verbo, vol. 24: 756].

O mundo começava a descobrir as potencialidades desta forma de transmissão e durante a I Guerra Mundial a rádio torna-se vital “não só na estratégia militar e no contacto entre quartéis-generais e a frente de combate mas também no estreitamento das relações entre as metrópoles europeias e as colónias” [Rodrigues, 2010: 102].

Findo o conflito, aumenta o número de emissoras, assim como o de receptores de rádio [Rodrigues, 2010: 102], que primeiro eram maioritariamente fabricados em casa, por serem caros, e depois, com a substituição de alguns componentes, passam a ser mais baratos e comercializados em grande escala. Inclusivamente é por incentivo dos fabricantes dos aparelhos, e para estimular as vendas, que surgem, nos Estados Unidos, as primeiras estações profissionais, emitindo regularmente. [Cruz, 2002: 212]

A primeira foi a KDKA, inaugurada em Pittsburgh em 1920 [2002: 212], mas em menos de nada o fenómeno reproduz-se na Europa, e nomeadamente na Inglaterra – a BBC é fundada como sociedade anónima (British Broadcasting Company) em 1922, no ano em que os anúncios publicitários chegam à rádio, e torna-se empresa pública (British Broadcasting Corporation) em 1927. [Verbo, vol. 4: 463 e vol. 24: 754]

Em Portugal, as primeiras emissões regulares surgem em 1925, com a rádio CT1AA [Cruz, 2002: 217], porém só na década seguinte são criadas as primeiras emissoras profissionais, mais “poderosas” e “organizadas” [Santos, 2000: 130], que viriam a dominar o panorama radiofónico por várias décadas [Santos, 2006: 220].

O Rádio Clube Português nasce em 1931, da fusão de duas estações anteriores [Silva, 2002b], tornando-se muito popular e a primeira a emitir 24 horas por dia [Gonçalves, 1994: 4]. A Emissora Nacional, órgão do Estado e antepassado da Rádio e Televisão Portuguesa (RTP), inicia as emissões experimentais no ano seguinte, a partir de 1933 emite de forma regular e arranca oficialmente a 1 de Agosto de 1935 [Silva, 2003b]. Dois anos depois é inaugurada a Rádio Renascença, emissora católica portuguesa [Cruz, 2002: 103], igualmente conservadora.

Até aqui “não havia (...) qualquer tipo de preocupação expressiva, apenas a necessidade de confirmar as potencialidades do novo meio”. Vivíamos uma fase experimental, em que se procurava apurar o método de transmissão do som através das ondas, concebendo componentes cada vez mais eficientes, capazes de fazer a rádio chegar mais longe e com melhor qualidade sonora. [Cordeiro, 2003: 72] Com a profissionalização do sector e a optimização do sistema de transmissão é que as atenções se voltam para a questão do conteúdo, que impõe novos desafios, num tempo em que a rádio era feita “inteiramente ao vivo” [Meditsch, 1999: 158].

*“Sem contarem com as facilidades actuais da fonografia, que permitem a milhares de emissoras funcionar o dia inteiro à base de discos e gravações, as primeiras estações de rádio tinham que travar uma árdua e incessante luta contra o silêncio.” [1999: 155]*

Começa-se então por reproduzir o que se fazia noutros géneros, do campo das artes e do jornalismo. Transmitiam-se concertos de música clássica ou de bandas militares, conferências, debates, declamações de poemas e trechos de obras literárias [1999: 112 e 155 e Santos, 2000: 132-133], procurava-se “reconstruir a realidade dentro do estúdio, com dramatizações e espectáculos” [Cordeiro, 2003: 73].

A informação começou por surgir “sob a forma de reparos ou simples relatos morais do locutor” [Santos, 2000: 131], para depois se estruturar em “diários falados”, cujas notícias “eram lidas directamente dos jornais” [Cordeiro, 2003: 38], limitando-se a “retransmitir” o texto impresso [Klößner, 2008: 27] e respeitando a divisão por secções do periódico que ia para o ar. O primeiro destes espaços foi transmitido em 1924, a partir da Torre Eiffel, em Paris [Cruz, 2002: 217], chegando ao nosso país seis anos mais tarde, através da emissão da CT1BO [Santos, 2000: 131]. Já as primeiras normas de redacção para rádio surgem em 1926, na Bélgica [Meditsch, 1999: 175].

Ao mesmo tempo irrompiam várias inovações tecnológicas. Em 1925 aparecem os primeiros gira-discos [Santos, 1998: 36]. Em 1932, a Blaupunkt inventa o auto-rádio. No ano seguinte Edwin Armstrong descobre que é possível modular a frequência de onda e assim melhorar a qualidade da emissão, embora reduzindo-lhe o alcance em relação à Amplitude Modulada (AM), então usada, começando a emitir em Frequência Modulada (FM) em 1939. [Silva, 2002a] Em 1935, é lançado o gravador de fita magnética, magnetofone, que torna possível a montagem de sons, cortados e colados em ordens diferentes, e melhora a qualidade das gravações [Verbo, vol. 13: 1105].

Em termos políticos, enquanto vigoram os regimes totalitários em vários países da Europa, como Portugal, a rádio torna-se preponderante na disseminação da sua propaganda, ao fazê-la chegar a um grande número de pessoas, por vezes através de altifalantes instalados na praça pública. E durante a II Guerra Mundial, a rádio volta a provar a sua utilidade na estratégia militar e torna-se a principal fonte de informação sobre o que se passava no campo de batalha, “ultrapassando fronteiras” e facultando “o contacto entre familiares que se encontravam separados” [Cordeiro, 2003: 35].

A rádio ocupava um lugar de destaque no espaço doméstico. Estava no centro da sala, onde, ao serão, família e amigos se reuniam para ouvir música, radionovelas e peças de teatro radiofónicas (alguns dos géneros mais populares) [Portela, 2011: 35], vivendo então o seu apogeu. Foi considerada a “oitava arte”, afirmou-se como meio de comunicação, encontrou o seu espaço e identidade. [Meditsch, 1999: 25]

Porém, com o desenvolvimento da televisão no final dos anos 40 [Santos, 1998: 40], o que em Portugal só viria a acontecer em 1957, com a fundação da RTP, a rádio perde a sua centralidade, grande parte dos recursos e até essa identidade, construída a partir de referências do cinema, teatro, música e literatura. “Profissionais, programas e fontes de financiamento foram transferidos em massa para o novo veículo, a tal ponto que a rádio parecia ter chegado ao fim” [Meditsch, 1999: 154].

Vê-se então obrigada a reposicionar-se, procurando tirar maior partido das suas características, e nomeadamente do facto de ter uma estrutura de captação mais leve, que lhe permite estar “em cima do acontecimento” [Bonixe, 2009: 98], e ser portátil – com a generalização do transístor (componente electrónico do receptor), que se deu a partir de 1955, e a optimização de outros constituintes, observa-se um processo de miniaturização, que permitiu tornar o receptor não só mais pequeno, como mais leve e barato, e por isso transportável e acessível, impulsionando a sua afirmação como meio de comunicação de massa, escutado em todo o mundo [Cruz, 2002: 212 e 222].

Para este fenómeno contribuiu também o desenvolvimento dos satélites, que permitiram difundir a emissão além fronteiras com boa qualidade sonora. O primeiro destinado a retransmitir sinais de rádio foi lançado em 1960, um ano antes da primeira transmissão em *stereo* (através de dois canais de som), que tornou a experiência de ouvir rádio tridimensional e por isso mais realista [Silva, 2002a e 2003a: ver *estéreo*].

Ainda nesta década começam, em Portugal, as emissões em FM [Santos, 2006: 220] e surgem, na Europa, as rádios piratas. Pequenas estações, ilegais e de alcance local, que contrariavam a tendência de programação das emissoras autorizadas, controladas pelo Estado (que censurava, emitia licenças e financiava a rádio oficial), numa tentativa de romper com essa linha, dar voz a outras pessoas e a outras causas.

Este fenómeno só chegaria ao nosso país depois da Revolução do 25 de Abril, em que a rádio desempenhou um papel crucial ao dar as senhas que despoletaram o movimento militar [Rodrigues, 2010: 104], num período conturbado de mudanças no sector: em 1975 é decretada a nacionalização de todas as rádios, excepto a emissora católica e duas mais pequenas – a Rádio Altitude, da Guarda, e a Rádio Pólo Norte, do Caramulo [Silva, 2003b e 2002b] –, com o objectivo de “estancar a instrumentalização dos meios” e “garantir a pluralidade de opiniões” [Meditsch, 1999: 112].

Na prática, isto implicou a criação, em 1976, de uma mega empresa pública de rádio, a RDP - Radiodifusão Portuguesa [Bonixe, 2009: 121], e foi um dos factores que fez eclodir o movimento das rádios piratas no país. A Rádio Juventude foi a primeira, em 1977, e conta-se, entre as mais notáveis, a TSF, que nasce da iniciativa de um grupo de jornalistas, começando a emitir experimentalmente, a partir de Lisboa, em 1984 e de forma regular em 1988 [Silva, 2002b].

Em nome de uma rádio plural, acessível e próxima dos ouvintes, o movimento batia-se pela liberalização da parte do espectro electromagnético destinada à emissão em FM, o que veio a ser alcançado, nos vários países, entre a década de 70 e 80 [Bonixe, 2003: 7-8]. A Portugal chegou em 1988, com a aprovação da Lei da Rádio e depois de um “silêncio” forçado de três meses, em que as rádios foram submetidas a um concurso público para a atribuição de licenças e frequências [Verbo, vol. 24: 758].

Contudo, depois da legalização, muitas destas rádios não resistiram, ou por falta de recursos económicos ou por falta de uma estrutura organizacional capaz de suportar o projecto [Bonixe, 2009: 126]. Algumas acabam por ser adquiridas por grupos de media ou outros operadores de rádio, que assim se transformam em redes de emissoras ou ampliam o alcance de uma estação, pela retransmissão da emissão. A lógica económica impõe-se, esvaziando o espírito em que foram regulamentadas (rádios locais, ao serviço de uma comunidade). [Meditsch, 1999: 80-81, 119-120]

No início da década de 90, a digitalização torna possível guardar e transportar grandes quantidades de dados, “sem que estes percam qualidade na sua reprodução ou se danifiquem com o passar do tempo”, o que introduz novas possibilidades de manipulação do som e permite ao jornalista controlar todas as fases de realização da sua peça (recolha, selecção, escrita, gravação e montagem), deixando os técnicos de som disponíveis para desenvolver outras tarefas, especializadas, e agilizando o processo de produção. Além disso, torna-se possível programar uma emissão e pô-la no ar sem intervenção humana (automatização). [Cordeiro, 2003: 155-158, 222]

Por outro lado, a internet veio facilitar o trabalho do jornalista, ao permitir-lhe aceder de forma rápida e simples a uma grande quantidade de informação e contactar as suas fontes através do correio electrónico. Por outro lado, a internet impõe-se como um novo veículo de difusão da emissão radiofónica. “Um novo suporte que transforma a produção, emissão e recepção da comunicação radiofónica, criando um contexto totalmente novo”, como veremos na II Parte. [Cordeiro, 2003: 140, 158 e 162]

Em 1995 surgem as primeiras emissões radiofónicas digitais, que substituem o sinal analógico por sequências numéricas que oferecem um som de melhor qualidade, permitindo aceder a textos e imagens através de um pequeno ecrã. Porém, como o sinal digital não pode ser lido pelos receptores normais, envolvendo investimentos adicionais, a sua expansão tem sido difícil [Melo, 2001: 94-102 e 110]. Ainda mais se tivermos em conta que desde 1987 [Silva, 2002a] existe um sistema de transmissão de dados, o Radio Data System (RDS), que também permite sintonizar automaticamente a estação e aceder a alguns dos serviços disponibilizados pelo Digital Audio Broadcast (DAB), como as informações de trânsito ou o nome da estação, sem precisar de adquirir um novo equipamento [Melo, 2001: 39-40].

Em Portugal, a RDP começou a emitir em DAB em 1998, cabendo-lhe a “exploração e gestão dos emissores”, bem como concessionar o acesso de outras rádios de âmbito nacional à rede digital [Melo, 2001: 115-118]. No entanto, a nova plataforma não teve o sucesso esperado pelo que, a 1 de Junho de 2011, a “rede de radiodifusão sonora digital terrestre” foi encerrada, não só por causa dos elevados custos que comportava, beneficiando um pequeno número de ouvintes, mas sobretudo porque a rádio pública foi desde sempre a única utilizadora [RTP, 2011].

## I.1.2. O universo da rádio hoje

### As rádios e as audiências

“«O sector da rádio pode-se caracterizar estruturalmente pela coabitação, por um lado, de grupos que participam no capital social de três ou mais operadores (...) e, por outro, de um atomizado universo de pequenas empresas que prestam o serviço de radiodifusão sonora com cobertura local» (ERC, 2008: 283).” [Bonixe, 2009: 136]

De entre os principais grupos de rádios conta-se o da rádio pública, que faz parte do objecto de estudo aqui em causa e tem sofrido várias reestruturações ao longo tempo. A última teve lugar em 2004, e levou à fusão da Radiodifusão Portuguesa (RDP) com a Radiotelevisão Portuguesa (RTP), com quem passou a partilhar o nome, as instalações e os equipamentos, formando uma empresa única, prestadora do serviço público de rádio e televisão – a Rádio e Televisão Portuguesa, S.A. (RTP). [Silva, 2003b]

Inclui 8 canais analógicos – Antena 1, 2 e 3, RDP África, Internacional, Madeira (Antena 1 e Antena 3) e Açores (Antena 1) – e 8 webrádios – Rádio Lusitânia, Vivace, Antena 1 Vida, Rock - Antena 3, Dance - Antena 3, Fado - Antena 1, Ópera - Antena 2 e G12 (Guimarães 2012). Emite a partir de Lisboa, mas nalguns horários a emissão é repartida com os centros regionais do Porto, Coimbra, Faro, Madeira e Açores.

Entre os principais operadores privados, contam-se: o grupo Renascença, que inclui a Rádio Renascença (generalista), a RFM (temática musical e líder de audiências desde 2002 [Meneses, 2006: ver 3.2.2.1. RFM]), a Mega Hits e a Rádio Sim (também musicais); e o grupo Media Capital Rádios, que tem a Rádio Comercial, a Cidade FM, a M80, entre outras (todas de cariz musical). A TSF, sendo uma referência em termos informativos e a única declaradamente informativa [Meneses, 2006: ver 3.2.2.4. TSF] pertence ao grupo Controlinveste, dono de vários jornais (entre os quais o DN e o JN).

Para medir as audiências existem vários indicadores (ver Tabela 2, Anexo 1), mas tendo em conta o *share* de audiência<sup>1</sup>, o grupo Renascença é o mais ouvido (24,7%), seguido da Media Capital Rádios (17,9%), RDP (7,8%) e TSF (4,2%). Ordenando as rádios de acordo com a sua audiência média<sup>2</sup>, a RFM sai na frente (21,7%) seguida pela Rádio Renascença (12,5%), Comercial (12,2%), M80 (6,8%), Cidade FM e Antena 1,

<sup>1</sup> “Percentagem de tempo despendido (...) na escuta de uma estação, relativamente ao tempo total de audição de Rádio, num dado período” [Grupo Marktest: ver *share de audiência*].

<sup>2</sup> “Audiência ponderada (pelo tempo de audição) do conjunto de indivíduos que escutaram uma estação, num determinado período horário” [Grupo Marktest: ver *audiência média*].

empatadas em percentagem (5,6%), a TSF (4,5%), Antena 2 (4,1%), Mega Hits (3,1%) e, por fim, a Antena 3 (0,6%). [Taborda, Espanha e Cardoso, 2011a: 56-57]

Na prática, e uma vez que se destinam a uma audiência de perfil semelhante (ver Tabela 1, Anexo 1) a luta trava-se entre a RFM e a Comercial, a Mega Hits e a Cidade FM, estas últimas seguidas de longe pela Antena 3. A Antena 1 esforça-se por suplantar a TSF em termos informativos, com a Renascença competindo também nesta área. Já a M80 e a Antena 2 são casos ímpares, por terem uma programação muito própria (os êxitos dos anos 70, 80 e 90 e a música erudita, respectivamente).

No total, somando todas as rádios, existem 324 estações a emitir em Portugal: três de âmbito nacional (RTP, Renascença e Comercial), duas de âmbito regional (Radiopress - Comunicação e Radiodifusão, Lda e Rádio Regional Lisboa, S.A.) e 319 de âmbito local. Porém, através da retransmissão da emissão, existem outras rádios, como a TSF, que chegam a praticamente todo o território. Além disso, todas emitem em Frequência Modulada (FM), sete emitem também em onda média (AM) (RTP, Renascença, Comercial, Radialtitude – Sociedade de Comunicação da Guarda, Lda, Clube Asas Atlântico, Rádio Clube Angra e Posto Emissor Radiodifusão do Funchal, Lda), e duas em onda curta (AM) (RTP e Renascença). [ANACOM, 2011: 153-165]

### **A utilização da rádio**

Segundo os dados publicados no Anuário de Media & Publicidade 2010 da Marktest e compilados pelo OberCom e pela ERC nos seus relatórios anuais, mais de metade (55,9%) dos portugueses ouve rádio diariamente (audiência acumulada de véspera<sup>3</sup>) e despende cerca de 3h15min a fazê-lo – números que se têm mantido mais ou menos constantes nos últimos anos (ver Gráfico 1, Anexo 1). [ERC, 2011: 108 e Taborda, Espanha e Cardoso, 2011a: 56 e 63]

Em geral, os ouvintes são maioritariamente do sexo masculino, concentram-se na faixa etária dos 25 aos 44 anos, são trabalhadores especializados e reformados ou pensionistas, vivem na região da Grande Lisboa, Interior ou Litoral Norte (por esta ordem), e pertencem às classes C2 e depois C1. Os jovens entre os 15 e os 17 anos são os que menos ouvem, assim como as domésticas. Por outro lado, é no Sul que menos

---

<sup>3</sup> “Número ou percentagem de indivíduos que escutaram uma estação, no período de um dia, independentemente do tempo despendido” [Grupo Marktest: ver *audiência acumulada de véspera*].

se escuta, e menos também entre os portugueses de classe social A (ver Gráfico 2, Anexo 1). [ERC, 2011: 107-108 e Taborda, Espanha e Cardoso, 2011a: 57-62]

De acordo com o estudo do OberCom *A Rádio em Rede*, os portugueses são “tradicionalistas” quanto à forma de ouvir rádio. O receptor analógico continua a ser a forma preferida de ouvir rádio para 56,3% dos portugueses, que utilizam apenas este equipamento, sendo que 66,7% dos residentes em Portugal continental com mais de 15 anos tem um receptor de rádio AM/FM, e apenas 1,2% ouve rádio exclusivamente na internet. [Paisana, Vieira, Cardoso e Espanha, 2011: 4-5 e 30]

Por outro lado, uma percentagem cada vez mais significativa dos ouvintes (de 2,5% em 2008 para 6,9% em 2010) ouve rádio das duas formas – online e através do receptor analógico [2011: 6], o que denuncia um “Portugal a duas velocidades”, em que para além do público que prefere ouvir pela via hertziana existe um outro, mais eclético e apologista das novas tecnologias [Vieira, Cardoso e Mendonça, 2010: 47-48].

Além disso, ouve-se rádio sobretudo em casa (42,9%) e no carro (40,6%). 13,1% dizem ouvir no trabalho e uma percentagem residual ouve na rua (3,3%) ou nos transportes públicos (2,2%), enquanto ¼ (20,5%) garante não ouvir rádio, de todo, independentemente do local. [Paisana, Vieira, Cardoso e Espanha, 2011: 10-12]

De um modo geral, os ouvintes preferem as estações de âmbito nacional (57%), em detrimento das estações de âmbito local ou regional (35,1%), e em relação ao conteúdo mostram-se satisfeitos com a oferta existente (79,5%), mantendo-se fiéis às estações da sua preferência, que ouvem regularmente (78,4%). A rádio surge como uma companhia para os ouvintes (81,4%), sendo que a maior parte dos inquiridos (67,3%) prefere as rádios que emitem mais música do que notícias. [2011: 15-17]

Finalmente e de acordo com os dados da Marktest, citados pelo OberCom em *Os novos caminhos da Rádio*, o período de maior audiência da rádio é o da manhã (das 7 às 10), quando as pessoas vão a caminho do trabalho. Ao final da tarde (no regresso a casa) as audiências animam um pouco, e depois da 20h caem consideravelmente, durante o horário nobre televisivo, sendo que, segundo Eduardo Meditsch, só entre as 18h e a meia-noite é que as audiências da televisão superam as da rádio. [Vieira, Cardoso e Mendonça, 2010: 44 e Meditsch, 1999: 26, 30-31]

## **I.2. A identidade da rádio**

Divertir, divulgar, formar e, sobretudo, informar [Correia, 2004: 27], a rádio presta-se a tudo isto, ao fazer chegar a voz a um grande número de pessoas, de forma rápida, simples e sem discriminações de classe social ou habilitação literária. Trata-se de uma forma de comunicação com regras próprias, que ultrapassam os seus usos. Imediata, universal, ubíqua, multiplataforma e compatível com o *multitasking*. A linguagem da rádio é única e tem de ser respeitada para que a mensagem chegue ao outro lado. Ela influencia o modo como se faz jornalismo através dos microfones, e é por isso que lhe é dedicado este capítulo. Para que possamos compreender melhor as potencialidades e as limitações que a forma impõe ao conteúdo.

### **I.2.1. O som enquanto matéria-prima da rádio**

É dele que falamos quando falamos de rádio. O barro em que se moldam as mensagens radiofónicas e o veículo através do qual as recebemos. Resultado de um processo de codificação e decodificação da energia mecânica em energia eléctrica, que não é exactamente igual ao que é captado originalmente, mas provoca uma “impressão de realidade” que nos permite identificá-lo. A nossa mente reconhece-o [Meditsch, 1999: 105-106, 252], e analisa a sua mensagem em função de factos e sensações que recupera da memória, atribuindo-lhe um significado e desencadeando, de forma inconsciente, reacções físicas (relaxamento, alerta, movimento) e mentais (atenção, sensação) [Baumworcel, 2001: 115].

O som envolve-nos e “toca-nos à distância”, afecta-nos desta forma íntima e subliminar [Meditsch, 1999: 253]. “Permite ao ouvinte ‘ver, tocar, cheirar e até provar – imaginando’” [Hortsmann in Portela, 2011: 29], associando sons e palavras a conceitos, lugares e impressões conhecidas, com base nas quais transforma “a ideia presente no discurso” numa “imagem mental” – representação daquilo que está a ser contado através da rádio [Cordeiro, 2003: 48].

E tudo isto por ser invisível. Vibração sonora, percebida não só pelos ouvidos mas por todo o corpo, que desperta a nossa imaginação por não nos mostrar a imagem, apenas som [Baumworcel, 2001: 115], deixando para o ouvinte a tarefa de o completar, preenchendo com todos os sentidos aquilo que ouve [Cordeiro, 2003: 51].

Porém, a invisibilidade e o poder sugestivo do som têm tanto de fascinante como de perigoso, pois o nosso “devaneio” pode afastar-nos daquilo que é dito e fazer com que a atenção se desligue da emissão [Meditsch, 1995: 7-8].

*“Sem o reforço da visão” (...) a atenção dispensada pelo cérebro à informação captada por via auditiva não é persistente. (...) a mensagem da rádio sofre a competição da visão (e dos demais sentidos), que estará captando simultaneamente informações diferentes, passíveis de interessar e com isso distrair a atenção do ouvinte.” [Meditsch, 1999: 176]*

A rádio não monopoliza a nossa atenção, actuando muitas vezes como “banda sonora” [Bonixe, 2009: 53] que acompanha o desenrolar de outras tarefas, o que atrapalha a apreensão do sentido da mensagem e obriga a estação a “destacar-se” a todo o instante do ruído provocado pelas ideias e afazeres do ouvinte, mobilizando-o para a escuta da emissão [Cordeiro, 2003: 48].

Além disso, acontece que nem tudo soa.

*“As presenças do mar e de um relógio podem ser facilmente captadas por meio auditivo, mas as de uma flor e de um vaso não podem ser adivinhadas senão pelo olfacto, a visão ou o tacto – a não ser pelo auxílio da palavra. [Meditsch, 1999: 149]*

De maneira que cabe ao profissional da rádio descrever os elementos que de outra forma escapam à percepção do ouvinte e são essenciais à decodificação da mensagem. Ele empresta a sua voz para dar existência ao que não tem voz [1999: 161], mas também para explicar sons que fora do seu contexto se tornem ambíguos, tirando partido dos barulhos do universo (dos ruídos à música) para contar uma história.

A rádio propõe cenários sem os mostrar, e sobre as três dimensões do espaço (altura, largura e comprimento) dá apenas estas indicações e uma noção de distância sugerida pela intensidade do som (alto ou baixo). “O som não acontece dentro de um espaço fixo como a imagem” [Meditsch, 1995: 5]. Estrutura-se apenas na linha do tempo, oferecendo-nos uma vibração sonora, que sendo o único modo de expressão, contém em si mesma todas as informações sobre o que se passa (personagens, espaço e tempo), não possuindo elementos estáticos. “Por definição, som é movimento, e quando pára o movimento pára o som” [1995: 5]. “A sua simples presença indica que algo se move ou modifica”, indica uma acção. [Meditsch, 1999: 149-151]

## **I.2.2. Os quatro elementos que compõem a linguagem radiofónica**

A linguagem radiofónica é constituída por uma imensidão de sons, intercalados por silêncios, que podem ser combinados de infinitas formas e produzir os mais variados efeitos. Porém, na prática, os elementos que a compõem são apenas quatro, dividindo-se entre sonoros (palavra falada, música e ruído) e não sonoros (silêncio).

A palavra, enquanto metáfora para “o sistema expressivo que constitui a linguagem verbal” [2003: 47], é um elemento fundamental da linguagem radiofónica, e principalmente quando falamos de jornalismo [Meditsch, 1999: 174]. Além de ser “o instrumento habitual de expressão directa do pensamento humano e veículo da nossa socialização” [Bonixe, 2009: 64], ela cumpre várias funções.

Por um lado é através dela que são transmitidos todo o tipo de dados e informações concretas, que se relatam episódios e descrevem espaços, personagens ou situações. Por outro lado, serve de elo de ligação entre os vários momentos de uma emissão, de um programa ou de uma mensagem [2009: 67], e é através dela que o jornalista descodifica os sons que não são imediatamente identificáveis pela audição, “bloqueando” a polissemia associada aos ruídos naturais [Meditsch, 1999: 172].

Além disso, desempenha uma função expressiva. Em rádio, quando falamos de ‘palavra’ referimo-nos à palavra dita, verbalizada, entoada de uma certa forma, colorida por um certo timbre e ligada numa certa cadência. Capaz de transmitir muito mais do que o seu significado literal. “O valor expressivo da palavra não se esgota na interpretação linguística da mensagem verbal, uma vez que tem uma interpretação paralinguística” [Bonixe, 2009: 67]. Compreende uma mensagem subliminar (subtexto) que se insinua na forma como é pronunciada e nos dá pistas sobre a intencionalidade com que é utilizada [Meditsch, 1999: 184-185].

A sua musicalidade, a cor, a harmonia e o ritmo que a voz lhe empresta, conferem-lhe uma “força expressiva”, que não pode ser desconsiderada porque evoca percepções que intervêm na descodificação da mensagem, sugerindo novos sentidos [Cordeiro, 2003: 51]. Por isso, a palavra dita através da rádio é muito mais rica, muito mais fluída e elástica do que a palavra escrita, “congelada” e sem vida [Meditsch, 1999: 175]. É palavra “imaginada”, “fonte evocadora de uma experiência sensorial mais complexa” [Balsebre in Bonixe, 2009: 65].

Ainda assim, normalmente o que é dito é programado, escrito, lido e revisto, por forma a caber em formatos pré-estabelecidos e a permitir um maior controlo sobre o tempo – bem escasso e precioso que é preciso preservar, e em nome do qual o improvisado (hoje reservado para situações inesperadas como um directo ou uma notícia de última hora) tem vindo a ser substituído pelo texto [2009: 65].

De tal forma que, apesar de só existir quando proferida, na forma oral, a “palavra radiofónica” fica a meio caminho entre a oralidade e a escrita. Mais ainda, se tivermos em conta que ela se estrutura em função dos códigos da linguagem escrita, resultando de um processo de construção que, mesmo que não passe pelo registo em papel das ideias enunciadas, é organizado mentalmente recorrendo aos seus caracteres e à sua lógica de encadeamento. [Meditich, 1999: 132-133]

A rádio põe em cena uma forma de oralidade “virtual” ou “aparente”, que “não se explica a não ser como produto da escrita e da organização do mundo humano e natural que esta possibilitou”, expressando uma maneira de pensar que é “fruto da sociedade industrial do século XX” [1999: 131 e 133] e nada tem que ver com a que existia antes da invenção do alfabeto (oralidade primária). Trata-se do “ressurgimento moderno da palavra oral”, desqualificada desde que a supremacia do livro e da imprensa se instaurou, a partir do Renascimento. [Rodrigues, 1985: 119 e 125]

Porém, a palavra não é o único elemento que compõe a linguagem radiofónica. O uso da música em jornalismo, embora restrito às situações em que está directamente relacionada com o assunto de que se está a tratar [Meditich, 1999: 172-173], como acontece quando integra o som ambiente do local onde se desenrola a acção ou quando a notícia se refere a um espectáculo ou a um artista, permite “narrar e expressar sensações que estimulam a imaginação ajudando o ouvinte a formar imagens-mentais acerca daquilo que lhe está a ser transmitido” [Bonixe, 2009: 68].

Ela cria ambientes sonoros e propicia a reflexão. Contudo, “é mais polissémica e comunica mais sensações e sentimentos do que a voz isolada”, pelo que o seu uso deve ser cauteloso e moderado, para não causar distração [Sousa e Aroso, 2003: 15]. À parte disso, a música surge de forma autónoma, como um conteúdo programático, e é utilizada como separador, efeito sonoro que sinaliza o início, o fim ou a mudança de assunto num programa informativo [Bonixe, 2009: 68-69].

Da mesma forma, também os ruídos, que em jornalismo normalmente correspondem aos sons do ambiente em que decorre a acção, possuindo uma relação “indexical” com a realidade a que se referem e tendo o seu “significado semântico” e “relevância” claramente identificados e justificados pelo jornalista [Meditsch, 1999: 172], podem ser usados com aquela função pragmática ou para criar “paisagens sonoras” que nos remetem para o local da acção, tornando o relato mais verosímil e acentuando a “impressão de realidade” da história. [Bonixe, 2009: 70-71].

Estes ruídos naturais, que representam a “linguagem das coisas” (já que muitas vezes evocam objectos inanimados), podem também funcionar como metáfora para uma realidade ou transmitir um estado de alma (como o som do comboio que representa força ou o das ondas que acalma), ou ser o elo de ligação que nos faz saltar de um assunto para outro, desempenhando uma função narrativa [2009: 70-71].

Finalmente, o silêncio é o contraste que faz com que todos os sons sobressaiam e possam ser decodificados em pleno. Serve para coisas tão simples como separar palavras ou marcar o ritmo de leitura de um texto, tornando possível a compreensão da mensagem radiofónica. E normalmente é reduzido ao máximo, combatido, não só porque o tempo em rádio é limitado, mas também porque se for prolongado pode ser entendido como um erro técnico, uma falha, quebra na comunicação que pode levar o ouvinte a mudar de estação [2009: 73-74].

No entanto, e ainda que subsidiário em relação à palavra, tal como o são a música e o som ambiente [Meditsch, 1999: 173], o silêncio consegue ser tão ou mais expressivo quanto os outros elementos, ao criar tensão “entre o dito, e a sugestão para o não-dito”. É o espaço de reflexão em que o ouvinte “vai concretizar as palavras, visionando a cena descrita à sua maneira”. Pausa, perigosa, que “suscitando a dúvida”, “permite ao ouvinte imaginar aquilo que quiser, dando-lhe em absoluto o poder de intervir, interpretando e dando o rumo que entender” [Cordeiro, 2003: 52-53].

### **I.2.3. As características do meio rádio**

A rádio oferece-nos “uma espécie de redoma sonora”, que nos envolve e nos acompanha, prestando-se “a um uso específico como ruído de fundo que acompanha a execução de outras tarefas”, “nomeadamente as tarefas domésticas dos cuidados

corporais, da toilette, da confecção de alimentos, das refeições, tomadas sós ou acompanhados, das conversas ao serão.” [Rodrigues, 1985: 118 e 128]

Uma das suas principais características é, por isso, a acumulação. A rádio é compatível com o “multitasking”, “permite a sua fruição em conjunto com outro tipo de consumos (mediáticos ou não) e tarefas” [Vieira, Cardoso e Mendonça, 2010: 8], por apelar apenas à audição, deixando os outros sentidos (e principalmente a visão, mais exigente em termos de atenção), disponíveis para atender a outras actividades, de tal forma que ouvir rádio se torna muitas vezes uma actividade secundária.

Porém, esse uso põe em causa a apreensão do sentido de uma mensagem que por si só já é efémera, que não permanece porque é transmitida através do ar e não fica inscrita em parte alguma (a não ser que seja intencionalmente gravada). “As palavras voam, sem haver grandes possibilidades de memorização” e “dispersam-se” rapidamente “no tempo e no espaço” [Veiga, 1992: 49], impedindo-nos de ter uma visão “global” e “simultânea” sobre o que é dito [Bonixe, 2009: 60].

A mensagem é irrecuperável e irreversível, uma vez que não é possível voltar atrás para ouvir novamente ou alterar o que foi dito. Perante a falha, o profissional da rádio é obrigado a acrescentar informação, reiterando o erro e tornando-o mais evidente [Meditich, 1999: 183]. E isto porque “a comunicação radiofónica é imediata, sem diferenças de tempo entre o que é dito e o que se ouve” [Cordeiro, 2003: 49], chegando de forma instantânea ao ouvinte e fazendo coincidir o tempo de emissão com o tempo de recepção da mensagem [Sousa e Aroso, 2003: 11], e mesmo com o tempo do acontecimento, caso se trate de um directo [Meditich, 1999: 202].

A sua estrutura técnica relativamente simples, pelo menos quando comparada com a da televisão, permite-lhe estar “em cima do acontecimento”, acompanhando-o de forma contínua e transmitindo-o no momento em que está a ocorrer [Bonixe, 2009: 98]. Ágil e flexível, a rádio é o meio “mais vocacionado para a notícia em primeira mão” [Sousa e Aroso, 2003: 11], mais ainda se tivermos em conta que a versatilidade se estende à sua programação, mais fácil de alterar para acolher emissões especiais, como acontece em situações de crise [Meditich, 1999: 102]

*“A rádio opera então como um guerrilheiro da informação, moldando-se em tempo real, em função dos acontecimentos extraordinários, num nível inatingível pelos outros meios que, paradoxalmente, contam com uma estrutura maior.” [1999: 102]*

Por outro lado, o próprio receptor, pelo facto de ser portátil, tornando possível acompanhar a emissão mesmo quando estamos em movimento, reforça a importância da rádio nestas situações. A emissão transporta-nos para o local da acção, mantém-nos informados independentemente da nossa localização, permitindo-nos “estar em vários momentos quase ao mesmo tempo”, através das intervenções de repórteres e correspondentes que, no curto espaço de tempo do noticiário, nos dão conta do que se passa em várias partes do país e do globo (ubiquidade) [Bonixe, 2009: 59-60].

A rádio chega a um grande número de pessoas, constituindo-se como um meio de comunicação universal, não só em termos de alcance, ao cobrir grandes extensões de território, transpondo “as fronteiras dos países e dos continentes” [Rodrigues, 1985: 121], mas também porque chega “do mesmo modo” a letrados e analfabetos, a habitantes rurais ou urbanos [Portela, 2008: 34]. Para ouvir rádio não é preciso nenhuma “preparação prévia, cultural ou técnica”, apenas “a capacidade física para ouvir e a capacidade de raciocínio para entender a mensagem” [Cordeiro, 2003: 55].

Trata-se do “mais democrático” dos meios de comunicação de massa [Klößner e Bragança, 2011: 151], obedecendo a um conceito simples. É barata e fácil de utilizar, o que a torna duplamente acessível. Está em todo o lado, “sempre disponível” (*cloud radio*), seja através do receptor analógico, que se tem em casa ou no carro, seja através da televisão, do telemóvel ou do computador. Chega-nos por satélite e em formato digital. Pode ser recebida “em qualquer momento, lugar ou circunstância” [Cordeiro, 2003: 55], não requerendo um “aparelho especializado” de recepção. Incorpora outros equipamentos, dissolvendo-se por entre a “paisagem artificial” que envolve o indivíduo contemporâneo. [Vieira, Cardoso e Mendonça, 2010: 9 e 16]

“Prótese tecnológica” que faz parte de nós [Rodrigues, 1985: 121], a rádio é um meio de comunicação próximo das pessoas [Bonixe, 2009: 58], em sintonia connosco e com o ritmo do dia-a-dia, que marca rigorosamente. Ela dirige-se a cada um de nós, embora abrangendo uma audiência massiva. Fala-nos ao ouvido, interpela-nos directamente, de forma “íntima” e “individual” [Portela, 2011: 36], segmentando os ouvintes em função das suas características e interesses [Meditich, 1999: 206 e 243].

### **I.3. A informação em rádio**

Chega-nos muitas vezes empacotada num noticiário curto, que reúne apenas o essencial dos acontecimentos que estão a marcar o dia informativo. A maior parte das rádios dedica-lhe uma percentagem mínima do seu tempo, apostando na transmissão de música e de programas de entretenimento, mais populares entre os ouvintes e por isso mais atractivos para os anunciantes. Ainda assim, a informação não deixa de ser uma componente estruturante da sua programação, uma vez que quase todas as emissoras optam por alimentar algum tipo de espaço informativo, independentemente do formato que adoptam, mais ou menos vocacionado para a um tema específico.

Ao longo deste capítulo ficaremos a saber mais sobre as especificidades da informação na rádio, que decorrem das características do meio traçadas no capítulo anterior, num esforço de definição do seu âmbito, da sua linguagem, bem como dos elementos que determinam o que é notícia ou não.

#### **I.3.1. A informação em rádio numa perspectiva evolutiva**

Antes de chegar à fórmula que conhecemos hoje, e como já vimos no primeiro capítulo, a informação em rádio começou por ser retransmissão de notícias apuradas e produzidas por outrem. Espaços com “intencionalidade informativa”, mas que “não aproveitavam a totalidade das potencialidades da rádio enquanto meio de comunicação social” [Bonix, 2009: 92], porque reproduziam conteúdos criados para serem lidos, no jornal, e não para serem ouvidos, através da rádio.

No início dos anos 20, quando surgiram os primeiros espaços informativos a emitir de forma regular, e principalmente nos anos seguintes, quando a rádio estava no auge da sua popularidade, “era sobretudo uma indústria do entretenimento”, que vivia da música, das radionovelas e das peças de teatro radiofónicas, que produzia. Em termos informativos era completamente dependente daquilo que se fazia na imprensa e nas agências noticiosas, por não ter uma equipa de jornalistas que se dedicasse à recolha, selecção e construção das notícias, estando à mercê daquelas duas. [2009: 93]

A difusão de notícias pela rádio era vista como uma ameaça para a indústria dos jornais, que deixava de deter o monopólio da informação, com a agravante de que, através do novo meio, as pessoas não precisavam de pagar para saber quais eram as

notícias. Além disso, a rádio fazia concorrência aos jornais na luta pela captação de investimentos publicitários, levantando problemas também em termos de direitos de autor, já que os locutores liam as notícias directamente dos jornais. [2009: 94]

A imprensa e as agências noticiosas tentaram, por isso, impor barreiras à difusão de notícias através da rádio, propondo acordos pouco favoráveis a esta última. O número de noticiários era limitado, as notícias eram pequenos sumários e só podiam ser dadas depois de a imprensa as publicar, remetendo mais informações para a leitura do jornal local. [Meditich, 1999: 25 e Bonixe, 2009: 94-95]

De maneira que com o tempo e o adensar dos conflitos, a rádio começa a apostar na aquisição de “mecanismos próprios de obtenção da informação” [2009: 95]. Vai-se autonomizando, descobrindo e apurando as suas potencialidades comunicativas. “Deixa de ser um simples divulgador colectivo das notícias do jornal e passa a utilizar as características inerentes ao meio: ser instantâneo e ágil, para difundir o facto de imediato, logo que ele acontece” [Klößner, 2008: 28-29].

Já em 1916 e 1920 a rádio tinha sido usada para fazer a cobertura de campanhas norte-americanas, bem como de eventos desportivos como as regatas de Oxford, e é perante este tipo de eventos que se torna evidente o poder do meio radiofónico, que podia dizer quem eram os vencedores no momento em que eram conhecidos, ao contrário do que acontecia com a imprensa que precisava de tempo para escrever e tipografar a notícia. [Bonixe, 2009: 92]

Mais tarde, com a eclosão da Segunda Guerra Mundial esta característica torna-se ainda mais premente. A urgência de saber o que se passava no campo de batalha fez com que “as restrições da imprensa à rádio informativa” fossem “atropeladas pela utilidade social e política que assumiu” [Meditich, 1999: 25]. A rádio torna-se um “mediador entre o mundo e os indivíduos” e o seu lugar consolida-se, batendo os jornais em termos de “rapidez de difusão” [Bonixe, 2009: 96-97].

Travou ainda a batalha pela independência, “recusando o papel de simples distribuidor de informação e propaganda” [Portela, 2011: 33], para se constituir como meio de comunicação com uma voz própria. E com o aparecimento da televisão volta-se para a satisfação das “necessidades individuais dos ouvintes em diferentes horas do dia”, adaptando-se às suas expectativas. Especializa-se no “acompanhamento dos acontecimentos em directo” [Bonixe, 2009: 98 e Rodrigues, 1985: 78] e na divulgação

de informações úteis, como a hora certa, o estado do tempo ou do trânsito, tirando partido da sua imediaticidade e de ser portátil, acompanhando-nos em qualquer lugar.

Para trás fica o modo de escrever e o modelo de organização da imprensa, com secções fixas e espaços predefinidos, que no início se tentava por todos os meios reproduzir, superando-se “as limitações da forma de expressão escrita”. As próprias “convenções gráficas”, associadas às regras de pontuação, uso de travessões, aspas, parêntesis e parágrafos, adquirem um outro sentido, uma vez que não se vêm, apenas se subentendem a partir da entoação que se dá à notícia. [Meditich, 1999: 71 e 178]

Imitar os outros meios (não só a imprensa, mas também o teatro, a ópera, o concerto) tornou-se simplesmente “indesejável”, uma forma “primária” e “grosseira” de fazer rádio, e a comunicação radiofónica naturaliza-se, aproximando-se do ouvinte. Os jornalistas tomam o lugar dos radialistas na apresentação das notícias, deixando cair a figura do locutor de “bela voz”, neutro, impessoal, “mero instrumento de estúdio” [1999: 69, 87, 163 e 179], e o tom “enfático e solene” dos primeiros tempos dá lugar a um mais “coloquial, intimista e espontâneo” [Rodrigues, 1985: 78].

A linguagem radiofónica simplifica-se, aproximando-se da linguagem falada, multiplicam-se as vozes e adoptam-se recursos mais “naturais”, como “a narração pelos próprios personagens e a representação do espaço pelos ruídos”. Mesmo a forma como a programação se organiza ao longo do dia assume uma estrutura mais fluída: “é abandonada a ideia de ‘programa’, com começo, meio e fim, herdada da página impressa e do mundo dos espectáculos, e substituída pelo ideal de fluxo contínuo”, em que “módulos” temáticos se sucedem a espaços regulares, numa estrutura “espiralada” que permite que a todo o momento cada novo ouvinte se sinta “acolhido” pela emissão. [Meditich, 1999: 91, 161 e 192-195]

Os noticiários – “o momento informativo mais importante na rádio” [Bonixé, 2009: 244] – surgem de hora a hora, os programas, sejam eles informativos (com reportagens, entrevistas ou crónicas, dedicadas a um tema específico ou variando a cada edição) ou de entretenimento (focando os mais variados assuntos, desde a música, aos fait-divers, cidadania, ciência, etc.), passam sempre no mesmo horário. As músicas no entremeio, assim como os anúncios publicitários. Tudo tem um tempo e uma rotina. Uma hora e um dia da semana para acontecer.

A programação é previsível, estruturando-se em blocos (a manhã, a tarde, a noite, a madrugada) a que a voz do locutor, que vai mudando ao longo do dia, confere unidade. E essa previsibilidade, essa pontualidade britânica que nos permite acertar o relógio pela rádio [Klößner, 2008: 45], transmite segurança ao ouvinte: ele sabe o que vai encontrar a cada hora do dia e que do outro lado tem uma companhia com que pode sempre contar. Confiamos que seremos informados quando algo importante acontecer. A sua rotina sempre certa e a “impressão de realidade” que cria conferem-lhe credibilidade. [Meditzsch, 1999: 124, 188 e 242]

No entanto, a notícia não deixa de ser algo artificial. Uma construção que implica a “extração” dos factos, e neste caso dos sons, do seu contexto original para serem reordenados e apresentados num enquadramento diferente, que lhes confere um sentido diverso daquele que tinham inicialmente [Bonixé, 2009: 203-204]. O “processo informativo” implica a “descontextualização de um acontecimento e a sua recontextualização recorrendo às formas jornalísticas” – isto é, segundo as normas de redacção da notícia, por sua vez inserida no alinhamento de um noticiário, com um formato e uma duração própria. [Bonixé, 2009: 79, 203]

Assim, a “reprodução da realidade” feita pelo jornalismo resulta “hierarquizada e recontextualizada” [2009: 204]. Colagem de factos, seleccionados, interpretados e ordenados, em função do seu aspecto “mais importante ou interessante” [Lage in Meditzsch, 1999: 199], de um facto, acima de tudo, novo, verdadeiro e actual, susceptível de “reunir interesse e importância para algum segmento da população” [Bahia in Klößner, 2008: 33]. Relato de algo que aconteceu efectivamente, “conhecimento corrente” [Cruz, 2002: 355] inscrito num espaço e num tempo, numa sociedade com uma maneira própria de pensar.

*“A notícia só existe neste presente. Essa qualidade transitória e efémera é da própria essência da notícia e está intimamente ligada a todos os outros caracteres que ela exhibe. Tipos diferentes de notícia vivem um período diferente de tempo. Na mais elementar de suas formas, o relato de uma notícia é um mero lampejo a anunciar que um acontecimento ocorreu.”* [Park in Meditzsch, 1999: 39]

### **I.3.2. A linguagem da rádio e do radiojornalismo**

As características da rádio, aquilo que a torna única, que a define enquanto meio de comunicação, influencia grandemente o modo como se escreve para rádio e o tipo de linguagem que é utilizada. A principal condicionante é a fugacidade da sua mensagem, que não permanece no tempo nem no espaço e por isso “não favorece a percepção daquilo que é transmitido” [Bonixe, 2009: 61]. “Na rádio nada fica impresso no ar, tudo se apaga no mesmo instante que é dito, que é ouvido, portanto não é possível voltar atrás” [Beckert d’Assunção in Veiga, 1992: 281].

A compreensão tem de ser imediata [Sousa e Aroso, 2003: 21]. Mas isso nem sempre é uma tarefa fácil, até porque a atenção do ouvinte sofre “flutuações” [Beckert d’Assunção in Veiga, 1992: 281], não só porque a escuta da rádio é muitas vezes uma actividade secundária, mas também porque não é possível estar concentrado no seu discurso indefinidamente. A atenção “dissipa-se”, “quer pelo hábito da escuta, quer pela utilidade que encontra na transmissão radiofónica” [Cordeiro, 2003: 54]. De maneira que é preciso interessar o ouvinte, quer pela escolha do assunto, quer pela forma como articula o seu discurso, “despertando-o” [Sousa e Aroso, 2003: 21] do estado de apatia em que as palavras o adormecem.

Uma forma de o fazer é intercalando diferentes vozes [Meditsch, 1999: 177], assim como sons e músicas, para que a mensagem não se torne monocórdica e aborrecida, e começando a notícia, com uma primeira frase, curta, que contenha “à cabeça” os elementos “mais importantes, atraentes e interessantes para o ouvinte”, (respondendo às perguntas jornalísticas “quem?” e “o quê?”), para então, aguçada a curiosidade do ouvinte, ir desfiando os pormenores (“quando?” e “onde?”, e por último “como?” e “porquê?”). [Sousa e Aroso, 2003: 40-41]

O texto radiojornalístico deve estruturar-se segundo a técnica da espiral, o que significa que é preciso recuperar a informação mais importante de uns parágrafos para os outros, lembrando quem são os protagonistas da notícia e fazendo, no final, “uma súmula redundante e recontextualizada da informação mais importante”. No entanto, isto não deve ser feito “a qualquer preço”. É essencial que se vá variando o vocabulário e as construções gramaticais, para que os ouvintes que escutem a mensagem desde o início não fiquem com a sensação de que a mensagem é repetitiva [2003: 22-23 e 39]

Uma técnica que permite superar não só a questão da “não permanência da linguagem falada”, como também “os problemas da descodificação simultânea e a possível falta de atenção do receptor” [Meditich, 1999: 130]. Além disso, para tornar o texto mais inteligível, mais convincente e também mais apelativo e próximo das pessoas, o jornalista deve adoptar uma linguagem “coloquial”, semelhante à que empregamos no dia-a-dia, embora sem recorrer a um nível popular e brejeiro de utilização da língua [Sousa e Aroso, 2003: 21], e um tom tão conversado e natural quanto possível [Correia, 2004: 99], mais difícil de alcançar do que parece.

*“A fala não é «por si só, fresca, natural, espontânea, verídica, expressiva de uma espécie de interioridade pura; bem pelo contrário, a nossa palavra (sobretudo em público), é imediatamente teatral, vai buscar as inflexões (no sentido estilístico e lúdico do termo) a todo um conjunto de códigos culturais e oratórios: a palavra é sempre táctica (Barthes, 1981: 9-10).”* [Meditich, 1999: 184]

Ou seja, a naturalidade, na verdadeira acepção da palavra, é inatingível, pelo que o que se procura produzir em rádio é um efeito de naturalidade, que não requer por parte do jornalista uma atitude verdadeiramente natural, mas antes um domínio da linguagem falada que lhe permita tornar a sua interpretação “como que natural” [Meditich, 1995: 4]. “Espontaneidade planeada”, aparente, cuidadosamente “deliberada e autoconsciente”, ao ponto de se tornar “fluente”, “ocultando o esforço de produção” [Meditich, 1999: 182-183].

Em termos práticos, deve optar-se por usar o presente do indicativo, a voz activa, frases curtas que dispensem orações intercalares e contenham uma só ideia, “expressa com precisão e clareza tais que neutralizem qualquer ambiguidade”. As palavras devem de ser correctamente pronunciadas, para não serem confundidas com outras, e o seu sentido “indiscutível”, sob pena de, num esforço de “desvendamento” do seu significado, o ouvinte se perca no raciocínio e não compreenda a mensagem. [Meditich, 1999: 177-178 e Beckert d’Assunção in Veiga, 1992: 281].

É também por esse motivo que as ideias abstractas devem ser substituídas por “imagens concretas” [1999: 176]. Ou seja, a linguagem deve ser clara, objectiva, incisiva, precisa e sem duplos sentidos, assim como rica e variada (para evitar que se torne repetitiva), educada, agradável ao ouvido, mas sobretudo concisa e simples [Sousa e Aroso, 2003: 22, Correia, 2004: 99 e Meditsch, 1999: 129].

A brevidade e a simplicidade são de facto duas características importantes. A primeira porque, como vimos, é difícil mantermo-nos concentrados por muito tempo e em rádio cada segundo conta. A notícia é para ser “comunicada”, dita sem “mastigar”, sem fazer com que se prolongue por mais tempo que o indispensável [Correia, 2004: 99]. Os jornalistas trabalham para conseguir “dizer o máximo, com o mínimo de palavras, mas sem forçar” [Alves in Portela, 2011: 29], num esforço de sintetização que não pode comprometer o significado da mensagem.

A simplicidade refere-se ao vocabulário e à estrutura do texto. Justifica-se pela necessidade de fazer com que a mensagem seja apreendida “à primeira”, já que o ouvinte não pode voltar atrás para a ouvi-la novamente [Bonix, 2009: 60]. Além disso, uma vez que estamos perante uma audiência massiva, a linguagem deve ser acessível, “mais próxima da fluência da oralidade do que do rigorismo da escrita” [Portela, 2011: 28], para que possa ser compreendida por um maior número de pessoas. No entanto, o facto de ser simples, elementar, não significa que os profissionais que a produzem e o material que a compõe (o som) sejam pobres.

*“A simplicidade alcançada pela linguagem do rádio não é uma manifestação de penúria intelectual. Ao contrário, é uma forma superior de expressão. Quem se dedica a ensinar os outros a escrever para o rádio sabe o quanto a simplicidade é difícil de alcançar. Expressar pensamentos e situações complexas de uma forma simples é tarefa que exige um esforço extraordinário de abstracção. Fazer isso bem feito é uma habilidade pouco comum.”* [Meditsch, 1995: 3]

A simplicidade é uma “forma de organização do texto” adoptada em nome da “comunicabilidade” e por uma questão de economia de tempo, atendendo “às exigências de rapidez da informação na sociedade industrial”, e especialmente no meio rádio. Prende-se com os objectivos da comunicação e não com a essência do seu material ou a competência dos radiojornalistas. Pelo contrário. [1995: 3]

### **1.3.3. A voz e o elemento subjectivo introduzido pela fala do jornalista**

A voz é o principal instrumento ao serviço do jornalista de rádio. O veículo através da qual se processa a comunicação e se dá a conhecer o profissional que está do outro lado da emissão. A voz diz-nos algo sobre a pessoa que a enuncia, sobre a sua personalidade e a sua figura. É “articulação” do corpo, da língua, dos lábios, da

linguagem, que permite antever “toda uma presença do focinho humano” [Barthes in Meditsch, 1999: 179]. Um “índice do próprio”, a única pista de que dispomos para imaginar aquele que fala, para lá daquilo que está a dizer. [Cordeiro, 2003: 49-50]

Permite-nos traçar o perfil do comunicador e estabelecer com ele uma relação de proximidade, sendo o elo de ligação entre o ouvinte e a estação. Porém, ao mesmo tempo que humaniza a sua figura, dizendo-nos mais sobre ela, toma “a parte pelo todo”, “a voz pela personagem”, como se ela representasse tudo o que o comunicador é. O “dispositivo radiofónico” reduz o locutor apenas a uma voz pela “contiguidade que existe entre ela e a personagem que a profere” [Rodrigues, 1985: 125-126].

Na prática, o jornalista actua como mediador não só entre o público e a estação, mas também entre ele e os diversos actores sociais que intervêm nas notícias. Ao sintetizar um facto jornalisticamente, condensa os “actos de fala” de diferentes personagens – as fontes que informam o seu discurso. Por isso a sua voz adquire um sentido “polifónico”, já que “raramente é só o jornalista que fala”. Ele “mescla” a sua fala com os “discursos de outrem, que reproduz”, interpreta, descodifica, simplifica, traduzindo-os numa linguagem acessível ao público. [Meditsch, 1999: 181]

Além disso, a voz do jornalista é também a voz da estação, representando a própria instituição. “Informa não apenas o conteúdo das notícias, mas funciona igualmente como signo indexical que informa o programa e a emissora em que o ouvinte está sintonizado”. O jornalista, tal como o locutor de programas, empresta a voz à rádio, confundindo-se com ela, dando-lhe corpo, tornando possível identificá-la, para lá dos segundos que dura a reprodução do *jingle* com o nome da estação. A “presença institucional”, a marca da rádio, manifesta-se “através da mediação humana”, o que tem as suas consequências. [1999: 180]

*“Tal ambiguidade dissolve convenções estabelecidas no jornalismo impresso para separar informação de opinião, e obriga as emissoras a conterem tanto a própria subjectividade quanto a de seus profissionais, como única forma de resguardar cada uma delas de uma identificação indesejada.” [1999: 180]*

A voz não dá a ver a palavra de forma transparente. Nunca é neutra nem isenta, não se limita a espelhar a informação que transporta. Ela comunica muito mais. Diz-nos algo sobre o significado da informação (se é algo sério ou um assunto mais ligeiro) e mesmo sobre a posição do locutor em relação àquilo que está a dizer. Se

concorda ou não, se acredita na bondade da notícia, se tem dúvidas quanto à sinceridade de um entrevistado, se o está a desafiar ou a adular.

A voz expressa tudo isso. Reconforta-nos ou irrita-nos. Faz-nos simpatizar ou não com a pessoa que está do outro lado da emissão. Transmite impressões diferentes mediante as suas próprias características acústicas: uma voz grave sugere segurança e credibilidade, criando uma sensação de proximidade e favorecendo a comunicação – daí que seja a preferida para veicular conteúdos informativos –, enquanto uma voz aguda, embora com “menor presença”, denota clareza e inteligibilidade, “atenuando a distração ou menor nível de atenção da audiência”. [Cordeiro, 2003: 50]

Neste sentido, diferentes vozes são usadas para sinalizar diferentes espaços da emissão, cumprindo funções distintas na grelha de programação. A voz do jornalista, sóbria e credível, aparece para dar as notícias, a dos locutores de programas, mais leve e intimista, embala os momentos dedicados ao entretenimento, cabendo ao locutor institucional fazer a ligação entre os vários registos, conferindo-lhes unidade e personificando o *jingle* da emissora. [Meditsch, 1999: 180-181]

A voz tem o poder de nos envolver emocionalmente, põe em “interacção” as “mentes” de comunicadores e ouvintes [Velho, 2009: 2], representa aquele que fala, a estação que se ouve, o tipo de conteúdo que está no ar, o discurso de quem nos informa... Enuncia a palavra, “elemento central” da linguagem radiofónica [Meditsch, 1999: 174], e por isso também ela crucial. É o que leva a mensagem, configurada para produzir “um determinado sentido, um determinado efeito, uma determinada sensação” [Sousa e Aroso, 2003: 14], ao seu destino. Servindo um objectivo, somando mil e um significados à palavra radiofónica, literal, que entretém e que informa.

O jornalista não pode desligar-se das suas crenças, da sua história, da sua experiência. E tudo isso o influencia no momento de dar a notícia, transparece nas palavras que escolhe, na entoação que dá às frases, no elemento que selecciona como o mais importante e define o resto do discurso. A fala é construída subjectivamente, “com a intermediação de factores individuais e também de valores grupais e profissionais específicos”, ‘intermediação’ que “não opera isoladamente, mas inserida na estrutura de uma organização onde a informação radiofónica é produzida” [Meditsch, 1999: 71], e como tal condicionada pelas leis de mercado que regulam o negócio do radiojornalismo, como regulam qualquer outro.

Ainda assim, a “natureza etérea” do produto rádio coloca-o na dimensão da experiência. Apesar de ser uma mercadoria que resulta de um “processo de produção” e tem um “valor monetário”, tirando partido da audiência, que vende aos anunciantes, não é percebida como um produto porque o ouvinte “liga-se” a ela, mais do que simplesmente a “recebe”. “A rádio programa e o ouvinte não está incorrendo num gasto quando sintoniza a emissora”. [Conroy in Meditsch, 1999: 83]

#### **I.3.4. Os valores-notícia em rádio**

São os “óculos” que os jornalistas usam “para ver o mundo e para o construir”. Qualidades que fazem com que um acontecimento seja notícia, mereça ser trabalhado e tornado público, como é o caso do insólito, o extraordinário, o catastrófico, a guerra, a violência, a morte, a celebridade – “qualidades duradouras” do que é notícia. Porém, estes critérios não são “imutáveis”, variando em função da época e do local em que a notícia emerge, e mesmo da empresa jornalística que a veicula. [Traquina, 2007: 203] Mais ainda, os valores-notícia, tal como a forma de relatar o acontecimento, são influenciados pelas características do meio que lhe serve de suporte.

Neste sentido, a “sonoridade”, em rádio, surge como um importante factor de valorização da notícia. A existência de um “bom som”, não só em termos técnicos, como também em termos de significado, isto é, um som que ilustre “aspectos salientes do acontecimento noticiado” [Wolf in Bonixe: 84], seja revelador e interessante, ajudando o ouvinte a compreender melhor o assunto de que se está a tratar, determina a sua “inserção” no noticiário, bem como a sua “posição no alinhamento”.

Aliás, e como já vimos lá atrás, só aquilo que soa, que provoca uma vibração sonora passível de ser captada pelo ouvido humano, tem existência em rádio. “Todos os significados têm de chegar ao ouvinte através do som” [Gomes in Bonixe, 2009: 84], cabendo ao jornalista a tarefa de tornar sonora a realidade que pretende relatar.

*“Transformar os acontecimentos em som seja através da sua palavra, da palavra dos outros (com a inclusão de declarações dos protagonistas), de efeitos sonoros como os sons de ambiente ou através da sonorização das peças jornalísticas através da inserção, por exemplo, de músicas.” [Bonixe, 2009: 83]*

Por outro lado, para que um acontecimento seja notícia tem de ser, acima de tudo, actual – princípio que rege o jornalismo em geral, mas aqui é levado ao extremo. Pela sua instantaneidade e leveza do equipamento, o meio presta-se “à divulgação de factos imediatos e, tanto quanto possível, em directo”. Mais do que explicá-los ou contextualizá-los, a rádio revela-os, enuncia-os. “Enaltece” o facto, “principal matéria-prima da informação radiofónica”, vivendo do acontecimento actual, daquilo está a acontecer hoje, agora, neste exacto momento. Do que nos diz respeito e ao nosso tempo, às nossas preocupações. Por isso, a actualidade sobrepõe-se aos outros critérios no momento de decidir o que noticiar. É a “característica necessária para que uma notícia tenha vigência ou caduque”. [2009: 46, 100-102, 312]

A própria estrutura da rádio, com noticiários de hora a hora ou de meia em meia hora e a possibilidade de interrupção da emissão para dar conta de informações de última hora, exalta as notícias actuais e privilegia aquelas que acabam de chegar à redacção, que têm maior probabilidade de ser veiculadas em primeiro lugar, precisamente pelo seu valor de actualidade. Por serem os últimos desenvolvimentos. [Bonixe, 2009: 46-47, 50, e Meditsch, 1999: 94-95]

Além disso, uma vez que os espaços noticiosos são pré-definidos e têm de ser preenchidos, os jornalistas de rádio tendem a privilegiar os acontecimentos que gerem controvérsia e obriguem a ouvir várias facções, aproveitando ao máximo o filão criado pela notícia para “realimentar” o dispositivo [2009: 49].

O factor tempo impõe-se, valorizando a informação que é dada em primeira mão, bem como o jornalista que o faz [2009: 48, 314], e constitui-se como valor-notícia não só quando se manifesta na forma de actualidade, mas também quando funciona como “pega noticiosa”, servindo de pretexto à difusão de ‘estórias’ que de outra forma não seriam contadas por não trazerem qualquer novidade. É o que acontece quando se faz notícia do aniversário de um acontecimento do passado ou se comemora um dia internacional (efemérides). [Bonixe, 2009: 48 e Traquina, 2007: 189-190]

Assim, duplamente pressionados pelo tique-taque do relógio, que os obriga a trabalhar depressa para cumprir as *deadlines* constantes e a contar a notícia num curto espaço de tempo, os jornalistas definem estratégias e rotinas que os ajudam a vencer a “cronometralidade” [2009: 47-49]: hierarquizam os espaços noticiosos, dividem-se em equipas que lhes permitem dar o “máximo rendimento” nos momentos principais,

monitorizam entidades e instituições que originem notícias com frequência, criam arquivos sonoros, acompanham o que se faz na imprensa e nas outras rádios, seguindo no seu encaço quando têm uma informação interessante, contractam os serviços de agências noticiosas, comentadores, correspondentes e jornalistas especializados, com conhecimentos e contactos privilegiados em certas áreas, planeiam a cobertura de acontecimentos previsíveis, distribuindo os recursos técnicos e humanos disponíveis e reunindo informações complementares de contextualização. [Meditsch, 1999: 94-101]

Faz-se de tudo para normalizar a actividade jornalística, “ordenar a novidade” e “rotinizar o inesperado” [Dines in Meditsch, 1999: 93], num esforço diário, persistente, para antecipar o acontecimento, chegar antes dos outros órgãos de comunicação social e ser o mais rápido a completar o trabalho, fornecendo os dados essenciais para a sua descodificação. Informando bem. De tal forma que também estas estratégias e rotinas desempenham um papel fundamental na escolha dos temas noticiados e das fontes ouvidas, actuando como valores-notícia. [Bonixe, 2009: 47]

Mais, na selecção é considerada: a relevância do facto para a comunidade abrangida pelo serviço informativo, com claro impacto nas suas vidas (significado); a notoriedade dos agentes envolvidos (indivíduo, instituição, país); a amplitude do acontecimento (número de pessoas envolvidas); a personalização do ocorrido; o facto de ser pouco frequente (raro) e ter uma duração reduzida (limitada no tempo); o seu carácter insólito, inesperado; o conflito (violência física ou verbal), o escândalo, a falha (algo que foge à norma, como o acidente) e a infracção das regras (comportamento considerado errado). [Traquina, 2007: 188-193 e Cruz, 2002: 368-372]

Em termos práticos: a disponibilidade de meios técnicos e humanos para cobrir um acontecimento, bem como a facilidade de os mobilizar; o dia noticioso, mais ou menos cheio em termos informativos; a diversidade dos temas abordados num espaço informativo, bem como a quantidade de notícias que foram recentemente veiculadas sobre ele (equilíbrio); o facto de outros meios já terem dado a notícia (concorrência); e a consonância do acontecimento com uma narrativa já estabelecida, ‘preenchida’ com os novos factos, que torna mais fácil a sua apreensão. [Traquina, 2007: 196-200]

Tudo isto influencia. Os vários factores surgem combinados ou em separado e definem a probabilidade de um acontecimento ser noticiado. Conferem-lhe um valor de notícia que, de forma mais ou menos consciente, será tido em conta no momento

de seleccionar, tratar e alinhar a informação difundida num espaço informativo. Isto e todas as questões subjectivas, o contexto profissional, os princípios que orientam a actuação dos profissionais de jornalismo.

## **I.4. A rádio de serviço público e a experiência na redacção da Antena 1**

### **I.4.1. Questão prévia – as obrigações da rádio de serviço público**

Começou por ser acima de tudo uma arma de propaganda ao serviço do Estado Novo. Foi inaugurada a 1 de Agosto de 1935 como Emissora Nacional, sob o lema “Cantando espalharei por toda a parte”. Criada à imagem das rádios de iniciativa pública da Europa, e principalmente da BBC, sua “congénere” britânica, viu passar guerras, revoluções, mudanças de regime. Foi crescendo e metamorfoseando-se, ao sabor das ideologias que foi tendo ao seu leme. [Silva, 2003b e Cordeiro 2003: 69]

Depois de várias reestruturações, constitui-se hoje como uma sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos a quem cabe prestar o serviço público de radiodifusão sonora e televisiva, que embora estejam atribuídos a uma só empresa, são geridos de forma autónoma, em termos de programação e informação. [artigo 1º, 2º e 3º da Lei n.º 8/2007, de 14 de Fevereiro].

Enquanto concessionária do serviço público de radiodifusão sonora, a Rádio e Televisão Portuguesa, S.A. (RTP) está obrigada, entre outras coisas, a oferecer “uma programação de referência”, “variada e abrangente”, que promova o esclarecimento, a “formação” e “valorização cultural e cívica” dos ouvintes, salvaguardando os interesses das minorias, e fomenta o património português (histórico e cultural, língua e criação artística) [artigo 49º da Lei da Rádio e Contrato de Concessão, 1999: 8-10]

Deve proporcionar uma informação “isenta, rigorosa, plural e contextualizada”, garantindo a cobertura dos principais acontecimentos nacionais e internacionais, e ser, acima de tudo: independente, mantendo a sua autonomia em relação aos poderes político e económico; plural, “assegurando a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião”; e universal, “garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade”. [artigos 48º e 49º da Lei da Rádio, Contrato de Concessão, 1999: 4-5 e 9 e artigo 38ª, nº 6, da Constituição]

Uma rádio ‘para todos’, novos, velhos, pobres, ricos, com mais ou menos habilitações literárias, independentemente do grupo socio-profissional ou cultura a que pertençam, que deve funcionar como “factor de coesão social”, regendo-se por “elevados padrões de qualidade” e de acordo com o princípio da inovação, que a obriga a ser “tecnologicamente avançada”. [artigos 48º, nº 2, da Lei da Rádio e Contrato de Concessão, 1999: 8 e 10]

Em termos práticos, para atingir todos estes públicos a rádio pública tem vários canais com objectivos distintos. A Antena 2 é um canal cultural, vocacionado para a transmissão de música erudita, que pretende “fomentar o conhecimento e o gosto pela música”, explorando “a temática das letras, das artes e das ciências”. A Antena 3 é essencialmente dedicada aos jovens e como tal procura ir ao encontro das suas “aspirações e interesses”, “reflectindo o seu estilo de vida e promovendo ideias ou projectos que estimulem a sua participação na sociedade”. [1999: 11]

No mesmo sentido, a RTP tem “emissões próprias” na Madeira e nos Açores, um canal direccionado para as comunidades africanas, a RDP África, e uma emissão dirigida às comunidades portuguesas residentes no estrangeiro, a RDP Internacional, que visa “manter e estreitar a ligação afectiva e cultural” com Portugal. [1999: 11]

As rádios online são criadas a pensar em grupos ainda mais específicos. Um transmite apenas música de determinados géneros (Fado - Antena 1, Ópera - Antena 2, Rock - Antena 3, Dance - Antena 3 e Rádio Vivace, com temas de música erudita de autores consagrados), a Rádio Lusitânia dedica-se à música portuguesa dos últimos 40 anos, a Antena 1 Vida passa rubricas sobre temas variados, como história, saúde, economia, ciência, ambiente, cidadania ou literatura, e a Rádio Guimarães 2012, tem conversas e reportagens sobre a cidade, no âmbito da capital europeia da cultura.

Finalmente, a Antena 1 é o principal canal do grupo, aquele que dedica mais tempo à informação e sobre o qual versa o próximo capítulo deste trabalho. Uma estação generalista, que chega a todo o país e às ilhas, com emissões diferenciadas por região (Norte, Centro e Sul) em certos momentos do dia, como acontece depois do noticiário das 13h, de segunda a sexta, com o programa Portugal em Directo (notícias, reportagens e entrevistas sobre temas de actualidade de cariz regional).

*“Uma emissão, de carácter eminentemente pluritemático, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinada*

*a servir a generalidade da população, atenta às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse do público.” [1999: 10]*

#### **I.4.2. A experiência na redacção da Antena 1**

Finalmente, nos pontos que seguem procurarei dar conta do que foi a minha experiência na redacção da Antena 1, o que vi e o que aprendi, o que correu bem e mal à luz do que fui dizendo até aqui e me ajuda a ter uma perspectiva mais informada sobre o que é o meio rádio e como as suas especificidades influenciam o modo como se faz rádio e como se faz informação em rádio. Uma análise que será tripartida, uma vez que diz respeito a três meses de estágio (que decorreram entre 3 de Outubro e 30 de Dezembro de 2011), em que tive a oportunidade de trabalhar com três equipas diferentes, cada uma delas com as suas rotinas e obrigações:

Durante o primeiro mês de estágio estive na equipa da Manhã 2, responsável pelos noticiários que passam todos os dias entre as 11h e as 15h. No segundo passei pela secção de economia, que cobre os assuntos desta área. E no terceiro juntei-me à equipa que se encarrega dos conteúdos da página da Antena 1 na internet. Porém, sobre este último ponto falarei apenas na II Parte do trabalho, depois de analisar as características do jornalismo online.

#### **Manhã 2: as rotinas e o modo de funcionamento da redacção**

De segunda a sexta, o dia começa às 8h para esta equipa de seis elementos (à época). Os jornalistas vão chegando a conta-gotas e instalam-se aos computadores da redacção de informação da rádio, no terceiro andar do edifício principal da RTP, na rua Marechal Gomes da Costa. Enquanto se ouvem os noticiários dos colegas da Manhã 1, lêem-se os jornais do dia, sondam-se os sites informativos, os últimos telexes das agências noticiosas (da Lusa e principais agências internacionais), e consulta-se a agenda para saber quais são os serviços que “nos calham”.

A equipa da Manhã 2 é responsável pela cobertura dos acontecimentos que ocorrem entre as 9h e as 14h, essencialmente (apesar de o seu turno começar às 8h e terminar às 15h, a primeira e a última hora são asseguradas pelas outras equipas

porque à partida são elas que vão pôr essas notícias no ar), sendo que a maioria está previamente inscrita na agenda e muitas vezes atribuída de véspera a um jornalista, principalmente quando pertence a uma área específica como a política ou a economia.

Aos editores das equipas dos turnos (Manhã 1, Manhã 2, Tarde, Noite e Madrugada) interessam os acontecimentos de actualidade que envolvam aquelas duas áreas, a nível nacional e internacional, mas também temas de saúde, ambiente, educação... O acompanhamento da vida pública, dos eventos que envolvam ministros, o Presidente da República, as centrais sindicais, entre outras personalidades, para lá de ocorrências pontuais como acidentes, incêndios, greves ou manifestações.

A não ser em situações excepcionais, como é o caso de um jogo importante, uma competição a nível internacional ou uma efeméride que atinja uma personalidade da área do desporto, as notícias de desporto ficam de fora dos noticiários nacionais que passam à hora certa, porque passam em noticiários próprios às 7h32, 9h32, 12h32, 16:35, 18:32 e 19:32. A cultura também é menos vezes veiculada, tendo maior destaque nos noticiários da Antena 2, em rubricas próprias ou nos noticiários da noite ou do fim-de-semana, quando há menos factos de actualidade a noticiar.

A notícia pura e dura, séria, muito política, muito económica, que foca o desvio, revela a falha, vive de casos e declarações de personalidades sobre os assuntos que fazem manchete nos jornais, que são sensíveis às pessoas, que mexem com as suas vidas. Revelações que cumprem a função do jornalista como “watshdog”, cão de guarda da sociedade, sempre pronto a trazer a público o que está escondido. É isso que interessa ao jornalismo, principalmente ao que se faz através das ondas de rádio.

“A rádio disponibiliza-se para o que está a acontecer e para o imprevisto, consciente de que essa será a sua mais-valia no campo informativo”. A sua capacidade de estar “em cima do acontecimento”, de transmitir a notícia de forma imediata, de seguir de perto a actualidade e se mobilizar rapidamente, sem hesitar, para cobrir o inesperado. [Bonixe, 2009: 311-312]

Vive do facto novo e actual, das “bocas” de pessoas influentes da nossa praça sobre factos de hoje. Da notícia, capturada pela tenacidade do jornalista que persegue as fontes que podem ter algo impactante a dizer, para lhes fazer a pergunta certa e arrancar a declaração decisiva. É preciso estar onde estão estas personalidades e estender-lhes o microfone, porque a notícia em rádio tem muito mais valor se for

acompanhada da declaração que comprova aquilo que se está a dizer. Afirmar que alguém disse sem ter a sua voz, as suas palavras e hesitações enquanto o faz é muito menos interessante. Da mesma forma uma informação menos importante pode ser dada porque se tem um bom som que a suporte – é o som a actuar como valor-notícia.

Existir ou não um som que ilustre um facto dita se ele vai ou não ser noticiado, daí que a agenda seja importante. Uma parte significativa do trabalho passa por planear a cobertura dos eventos que podem dar notícia e prever se aquelas personalidades vão falar aos jornalistas, se aceitarão responder às suas questões. Há todo um trabalho de contactos e preparação prévia para garantir que nada falha. Que os recursos humanos e técnicos são alocados para os sítios certos, que estamos lá à hora devida, que se dali sair algo importante, nós vamos ter. Vamos dar a informação e, se possível, antes dos outros meios de comunicação.

Na prática, a agenda é uma secção como outra qualquer. Uma pequena equipa responsável por manter a agenda “física” actualizada – tabela em formato digital, onde aparecem listados os vários acontecimentos que vão marcar o dia noticioso, as aparições de pessoas influentes, ordenadas em função da hora a que terão lugar e acompanhadas de uma breve descrição do que vai acontecer, identificação do local e dos protagonistas que vão estar presentes, e eventualmente algum contacto útil.

Toda a redacção está ligada a uma rede interna (intranet) e trabalha com um programa informático que permite aceder a estas e outras informações, bem como trocar mensagens em tempo real, de forma individual ou colectiva, com os colegas. Para isso basta ter um e-mail da empresa e uma password de acesso (existe uma também para os estagiários). Através dele pode-se consultar a agenda, os telexes das agências de notícias, o alinhamento dos noticiários (de que falarei mais à frente), documentos guardados, que podem ser encontrados através de uma pesquisa. Tudo o que for colocado na rede por um dos profissionais, embora para algumas funções, como alterar a agenda ou o alinhamento das notícias, seja necessária uma permissão especial, só acessível a editores.

Além disso, entre o *software* instalado nos computadores da redacção conta-se o programa informático de edição de áudio, que permite aceder a todos sons recolhidos, que são organizados em pastas consoante a antena, turno ou secção que os produziu e/ou está a trabalhar. Assim, os sons estão disponíveis para ser usados por

qualquer jornalista, independentemente da equipa ou da estação do grupo para a qual trabalham, e a informação circula de forma simples, rápida e transparente, queimando etapas na comunicação entre colegas.

Este programa é usado por todos os profissionais da rádio, compilando os sons não só da informação, mas também da programação, e tem uma outra funcionalidade: grava de forma ininterrupta as emissões sonoras de todos os canais da RTP, sejam eles da rádio ou da televisão, disponibilizando-as numa pasta chamada “active log”, em função do canal, dia e hora. As emissões não estão disponíveis *ad eternum*, mas desta forma é possível voltar a ouvir as mais recentes e copiar excertos, como por exemplo a intervenção de um jornalista em directo, a que de outra forma não se teria acesso, ou um som, declaração ou outro, que tenha passado na televisão e que a rádio não tenha captado pelos seus meios, como é o caso de uma entrevista exclusiva.

Voltando à Manhã 2, consultada a agenda e conhecidas as notícias dos jornais, por volta das 9h, 9h30 a equipa reúne-se com o representante da agenda. O editor, no caso editora, diz quais são os principais assuntos do dia e, mediante a área para a qual cada um tem maior aptidão, distribui os serviços – externos se implicam uma deslocação, ou internos se podem ser apurados por telefone.

Na redacção ficam sempre pelo menos duas pessoas. A editora que escreve os lançamentos das peças e dos sons que passam no noticiário e de hora a hora vai ao microfone dizê-los, e um jornalista que dá apoio técnico, colocando na ordem certa esses sons e essas peças que vão para o ar. Além disso costuma ficar sempre uma terceira pessoa para ajudar com outras tarefas: fazer entrevistas a partir do estúdio, receber as peças dos jornalistas que estão em serviços externos, montá-las, nivelá-lhes os sons ou cortá-las, caso sejam grandes demais, apurar notícias que surjam entretanto, vigiar os telexes das agências, os jornais online e as principais rádios concorrentes para saber se há novos desenvolvimentos, sair de urgência caso haja uma notícia de última hora!

Depois da reunião, em que os jornalistas podem também apresentar as suas propostas de temas a noticiar, a equipa dispersa-se. Os que vão sair em reportagem fazem os seus contactos, preparam as entrevistas e o material de que vão precisar – a maior parte dos jornalistas tem microfone, gravador portátil (*Mini-Disc*) e telemóvel da RTP, mas outros têm de os requisitar quando precisam. A deslocação é feita de táxi.

Os que ficam descem ao segundo andar, logo depois do noticiário das 10h, e instalam-se na redacção avançada onde vão ficar até ao final do turno. É aqui que é feita a passagem de serviço, em que o editor que está de saída diz ao que chega o que foi para o ar nos noticiários transmitidos até aí, quantas vezes é que cada som passou (geralmente não mais de três, e isto se o som for realmente importante) e se há peças “virgens”, que ainda não foram passadas. Uma conversa de 10, 15, 20 minutos, que garante a coerência da emissão e a continuidade entre o trabalho das duas equipas.

Às 11h é feita uma síntese de dois, três minutos com os principais temas que estão a marcar a manhã informativa e a partir das 12h, de hora a hora, passam os noticiários. Doze minutos de informação que começam a contar à hora certa e arrancam com os títulos – três ou quatro parágrafos curtos, ditos sob um fundo musical que impõe um ritmo acelerado ao discurso, procurando “seduzir os ouvintes” [Bonix, 2009: 214]. Resumos das principais notícias, desenvolvidas logo a seguir ao lançamento do locutor de serviço, que, também sob um fundo musical, dá o tempo e introduz o espaço informativo, apresentando o jornalista pelo seu nome.

Normalmente uma peça tem à volta de um minuto e meio e as declarações podem variar entre os 15 e os 45 segundos. Os lançamentos, em que é dada a notícia e são apresentados os principais factos e protagonistas, podem ter dois, três, quatro parágrafos de texto. São pequenas introduções em que o editor explica, por outras palavras, o que se vai ouvir a seguir, quer seja uma declaração, uma peça, a intervenção de um repórter que vá falar em directo a partir do epicentro da notícia, ou o comentário de uma personalidade, que esteja no estúdio ou ao telefone, sobre um tema de actualidade. Caso não tenha disponível nenhum destes recursos, o editor dá toda a informação sobre o acontecimento.

Esta última situação é reservada para casos em que a notícia chega em cima da hora do noticiário, muitas vezes ainda incompleta, com poucos detalhes, ou então para informações úteis sobre as quais há pouco a acrescentar, como o facto de haver perturbações no trânsito por causa do mau tempo. Indicadores económicos ou notícias internacionais são também frequentemente explicadas pelo editor, embora possam sempre ser alvo de desenvolvimento posterior.

De qualquer forma, e como vinha dizendo, o mais frequente é que o editor dê o essencial da notícia e o jornalista (quando apura os factos a partir da redacção) ou

repórter (quando vai ao exterior captar sons) conte com mais pormenores o que aconteceu, introduzindo ou não declarações de protagonistas.

A construção da peça e a forma como é dada a notícia obedece à técnica da espiral, caracterizada anteriormente, pelo que, para terminar, depois de passar um som, peça ou declaração, o editor faz ainda um resumo do que foi dito, lembrando a notícia. Pega num ou noutra detalhe do que aconteceu, diz quem é o protagonista e eventualmente acrescenta alguma informação complementar, menos importante, que tenha ficado por dizer.

Tal como antecipámos num dos capítulos anteriores, por norma o que é dito ao microfone é preparado antecipadamente. Geralmente é o editor que escreve as notícias ou o lançamento das peças. Mas por vezes, quando há muitas informações novas e o tempo escasseia, é o jornalista que fez a peça, apurou os factos, esteve no local ou entrevistou as personagens, quem entrega a notícia/lançamento já pronto ao editor. Noutras situações, o editor pega só num telexe, numa notícia, em duas ou três ideias chave e improvisa em directo a sua prosa.

Neste último caso não há tempo para reflectir muito sobre o assunto, mas o que interessa é dar a notícia. Se ela chegou e é importante tem de ser dada, porque “se não dermos”, e principalmente “se não dermos” e “os outros derem”, ficamos para trás. Os ouvintes confiam que, numa rádio como a Antena 1, em que a informação é uma das suas bandeiras, serão informados quando algo importante acontecer. E há que honrar esse compromisso. Cumprir a missão da estação em termos informativos, que é cobrir os principais acontecimentos, nacionais e internacionais, e oferecer uma informação tão abrangente e actualizada quanto possível.

Porém, nesta pressa de “dar” a notícia, ela nem sempre chega ao ouvinte já pronta, acabada, com todos os detalhes necessários à decodificação plena do seu significado. Mas isso tem que ver com a própria essência do meio – a rádio está “em cima do acontecimento”, a difundi-lo no momento em que ele ocorre e muitas vezes enquanto ainda está a decorrer. De maneira que de um noticiário o jornalista vai “cavalgando” sobre o assunto, apurando mais factos, mais reacções, coleccionando comentários de especialistas, até que a informação esteja completa. E aí, quando tudo foi dito, deixa-se cair aquela notícia e aposta-se noutra.

A notícia constrói-se ao longo da emissão, evolui de um noticiário para o outro, mas tem um período de duração. À medida que o tempo passa e se não há mais nada a acrescentar ao que já se disse, vai deixando de ser novidade e por isso perde destaque: passa a estar cada vez menos tempo em antena e desce no alinhamento das notícias – esqueleto do noticiário em que se escrevem os lançamentos das notícias, agrupadas por temas, com a indicação dos sons que vão entrar a cada momento e colocadas por ordem decrescente de relevância/interesse, ou seja, das mais importantes, que vêm à cabeça (abertura), para as menos importantes, que vêm no final (fecho).

Quanto a decidir o que entra em cada noticiário, a responsabilidade é do jornalista que dá as notícias, normalmente o editor. É ele quem constrói o alinhamento, adaptando-o a partir dos anteriores, mediante os temas que tem para noticiar, novos ou não, e decide se as notícias são suficientemente importantes para passarem novamente, com ou sem mais detalhes que as actualizem, ou se já foram razoavelmente desenvolvidas, não merecendo ser repetidas.

Como vimos no capítulo anterior, o dia noticioso também é um valor notícia, condicionando a forma como se trata um conteúdo informativo (articulado numa peça ou apenas num texto do editor) e o destaque que se lhe dá, em termos de tempo de antena (dimensão) e posição no alinhamento do noticiário. Assim, num dia cheio em termos informativos, mesmo sendo importantes, as notícias passam menos vezes, e portanto têm menos destaque, porque o tempo do noticiário é limitado e é preciso geri-lo bem para conseguir dizer tudo.

Em jornalismo, como em rádio, o factor tempo é, de facto, preponderante. O relógio é presença obrigatória em cada sala. Entre um noticiário e o outro há sempre coisas a acontecer e a pressão das *deadlines* constantes faz com que os jornalistas corram para terminar os seus trabalhos a tempo de entrar no noticiário mais próximo.

Na redacção, o dia é passado entre o estúdio de onde é transmitida a emissão em directo, a redacção avançada onde se preparam os conteúdos que vão passar no noticiário, textos ou peças, e os estúdios de apoio, onde se gravam as entrevistas pelo telefone, os textos que vão integrar as peças dos jornalistas, e se fazem montagens, num ambiente mais sossegado, já que o programa de edição de áudio está disponível em qualquer computador da redacção.

O telefone está sempre a tocar. Repórteres que fazem o ponto de situação sobre o acontecimento que foram cobrir, outros a pedir para entrar no noticiário em directo (através do telefone) porque já não têm tempo de gravar os seus textos (*offs*) e montar os sons, outros tantos a avisar que enviaram sons pela internet ou que precisam que alguém receba a sua peça através da Rede Digital de Integração de Serviços (RDIS) – “canal digital de telecomunicações de banda larga que possibilita o trânsito de grandes volumes de informação” [Melo, 2001: 24] e requer a instalação de equipamento específico, pelo que só é usado em locais como a Assembleia da República, que tem sala de imprensa munida com este sistema, ou quando os jornalistas levam uma carrinha da empresa com este equipamento.

Quem sai em reportagem vai chegando, diz ao editor “o que tem”, quais as informações mais importantes de entre o que recolheu, pergunta-lhe se quer que faça uma “pecinha” ou se prefere lançar apenas os sons – decisão que, uma vez mais, depende não só da importância do assunto ou da declaração, mas também da quantidade de informação que há para noticiar.

O ritmo, o modo como todas as engrenagens se conjugam para fazer com que nada falhe foi o que mais me impressionou nesta primeira fase do meu estágio. Durante o tempo em que estive nesta equipa, fiquei muitas vezes na redacção avançada, informando-me, vigiando as agências de notícias e as edições online dos jornais, atendendo telefonemas de repórteres que procuravam a editora, ouvindo e aprendendo com as discussões sobre a actualidade que se geravam na redacção. Assisti a muitos noticiários a partir do estúdio de apoio, copiei-os do gravador contínuo para que pudessem ser publicados no site. Coloquei peças enviadas por e-mail no programa de edição de áudio, com o qual aprendi a trabalhar, e inteirei-me sobre a forma como se organiza a equipa, quais os ritmos de trabalho e quem faz o quê.

Além disso, acompanhei por várias vezes uma das jornalistas em saídas para cobrir conferências e reuniões, essencialmente na área do ambiente, a partir das quais escrevi, gravei e montei as minhas próprias peças, com base nos sons recolhidos, e de que seguem no Anexo 2 alguns exemplos, em texto e em áudio. Sozinha saí apenas uma vez para fazer entrevistas a propósito de um espectáculo que ia estrear e cujos sons foram para o ar, embora não tenham sido montados por mim.

Confesso que esta não foi uma experiência muito produtiva. Realizei poucas coisas, mantive-me à parte, como observadora, durante demasiado tempo. Naquele rebuliço que eram os dias na redacção, sempre em actividade, sempre à pressa, acabei por mostrar poucos dos meus trabalhos aos jornalistas e à editora da Manhã 2, e por isso eles não evoluíram grande coisa. De qualquer forma sinto que aprendi muito sobre rádio, fiquei por dentro da orgânica de tudo e a par do que se passava em termos de informação, durante este período – primeiro passo para identificar uma notícia, como percebi durante a segunda fase do meu estágio.

### **A secção de economia e a adaptação ao modo de escrita em rádio**

Para além das equipas responsáveis por assegurar os noticiários, de hora a hora e às meias horas (ao início da manhã e fim da tarde), e como já referi, existem outras equipas (editorias) que asseguram a cobertura de acontecimentos relacionados com uma área específica – política, cultura, desporto, saúde, educação, administração pública e economia, a equipa que integrei na segunda fase do meu estágio.

Além do editor eram três. Eu fiquei ao encargo de um deles, passei a ter um horário mais incerto do que aquele que tinha quando estava na Manhã 2, em que inexoravelmente entrava às 8h e saía às 15h, passando a entrar às 9h e a sair pelas 17h, 18h, dependendo dos dias. Outra alteração foi o espaço físico onde passei a estar durante mais tempo. O meu posto passou a ser a redacção principal, do terceiro andar, e a minha primeira tarefa começou por ser informar-me.

A economia era uma área que não dominava, de todo. Por isso de início passei muito tempo a ler notícias de economia, a tomar nota do que não percebia, que depois perguntava ao jornalista que me estava a orientar. E mesmo mais para a frente, durante este mês de estágio, pela manhã a primeira coisa a fazer era ler, ler, ler e tomar nota das minhas dúvidas.

Aprendi muito com este exercício. Termos de que não conhecia o significado, mecanismos que não sabia como funcionavam, como tudo se interliga e a queda de um indicador económico tem repercussões em toda a estrutura.

Além disso, aprendi muito sobre a forma como se deve escrever para rádio e dizer esse texto ao microfone. Foi de facto dolorosa esta última parte. A minha voz não

é suficientemente grave, a minha leitura tendia demasiado para os agudos, tinha pouca presença, faltava corpo à minha voz, assertividade. O meu orientador pôs-me, por isso, a fazer alguns exercícios de vocalização e corrigiu a minha postura. A distância a que devia estar do microfone, o nível de som que devia atingir. Deu-me algumas dicas para me ajudar a contornar a tendência que eu tinha para subir demasiado o tom e para tornar a peça mais inteligível. Menos lida e mais conversada, mais escorrida, com menos quebras e respirações mais naturais e expressivas, nos pontos em que eram necessárias, para realçar uma palavra ou um aspecto.

Faltava-me interpretar o texto, dar-lhe ritmo, moldá-lo para que fosse mais cativante e fácil de compreender. Eu não era suficientemente credível, tinha que mostrar que sabia do que estava a falar e por isso debati-me para tornar a minha leitura mais natural, mais espontânea (embora de forma artificial), mais próxima da maneira como falamos. O meu orientador pedia-me que dissesse o texto como quem o conta a um conhecido. Sem inflexões exageradas, demasiado teatrais.

Estes exercícios de leitura eram feitos com os meus próprios textos, a minha segunda tarefa do dia. Eu chegava antes do meu orientador à redacção por isso, enquanto ele não estava, ia lendo as últimas e escolhendo um tema para escrever a minha peça (sem declarações), que depois gravava no estúdio e lhe dava a ouvir – nenhuma delas passou em antena, o que não tira mérito ao método de aprendizagem.

Indo à questão da escrita, a princípio parte das dificuldades tinha que ver com a compreensão dos conceitos. À medida que os ia dominando melhor tornava-se mais fácil trocá-los por palavras simples, explicar o impacto provocado pela subida de um indicador, ou a forma como a crise num outro país nos afecta.

Porém, neste aspecto, a maior batalha que travei foi a da simplificação. Simplificar, simplificar, simplificar. Presente do indicativo (que dá força e actualidade à notícia), frases curtas, sem orações intercalares, conectores vulgares (os que usamos na oralidade), uma ideia uma frase, uma ideia uma frase. Escolher um ponto, o mais importante, e desenvolver a notícia a partir daí. Dizer apenas o essencial para a compreensão da ideia, sem acrescentar informações que possam criar confusão. Dar um número de cada vez e explicá-lo. Apostar em exemplos e imagens que ajudem as pessoas a perceber o impacto que aquela notícia terá nas suas vidas. Explicar os conceitos que não são do domínio geral. E tudo isto em poucas palavras. Quanto

menos melhor porque o tempo é escasso e a peça não pode ultrapassar um minuto e quinze, um minuto e meio, especialmente se não tem declarações.

Muitas peças em economia são assim. Sai um dado, um relatório, uma previsão para o trimestre seguinte, é preciso dizê-lo e explicá-lo. Se são apresentadas por alguma personalidade, como o Governador do Banco de Portugal, aí temos o som dele e isso ajuda-nos. Torna a peça mais viva, mais interessante, menos monótona do que quando é apenas constituída pela voz do jornalista. Além disso, muitas notícias de economia resultam também de “bocas” apanhadas em conferências ou eventos que reúnem personalidades desta área.

Aí, e como ia dizendo no final do ponto anterior, é importante estar muito bem informado sobre as últimas notícias, sobre o que pensa aquela pessoa sobre o assunto, sobre o que já disse e o que não disse, para conseguir identificar, por entre o discurso, por vezes longo, do orador ou entrevistado, aquilo que é, de facto, notícia. O que ele nunca disse, o que tem importância. Por outro lado, é essencial estar bem informado para saber fazer as perguntas certas, pertinentes em cada momento. Para conseguir liderar o rumo da conversa e contornar as respostas evasivas, de quem não quer falar daquele assunto mas de outro – o que está na agenda do entrevistado.

Ao longo deste mês de estágio também tive a oportunidade de sair algumas vezes em reportagem, não só com o jornalista que me orientou, mas também com o editor de economia. Assisti a conferências e comunicados de imprensa, essencialmente. Levei o meu próprio *Mini-Disc* – um aparelho portátil que permite não só gravar (com a ajuda de um microfone), como também editar os sons recolhidos. Escolhi as declarações que me pareceram mais importantes, destaquei-as do bruto gravado e montei-as com os meus textos, em peças que também foram avaliadas.

Neste ponto a minha maior dificuldade foi a selecção do som mais importante. Da notícia. O excesso de informação não ajuda quando se quer identificar ‘depressa e bem’ aquilo que interessa. E em rádio, como já disse e repeti, corremos contra o tempo. Essa pressão é uma constante. Um desafio a cada dia. O maior desafio, diria eu, pelo menos para mim. Fazer todo este trabalho de selecção, descodificação, interpretação, redacção e oralização, concluí-lo rapidamente e bem.

De qualquer forma e de um modo geral, acho que a minha experiência na secção de economia correu muito bem. Senti-me apoiada, apesar de ter trabalhado

sozinha a maior parte do tempo. Aprendi a escrever melhor para rádio, a pegar apenas no essencial da informação e a dizê-lo em poucas frases, de forma tão simples e terra-a-terra quanto possível. A evitar certas expressões que soam mal em rádio, que são vícios da escrita e não tem nada a ver com a linguagem falada.

Desta vez, sim, vi uma evolução. Não fiquei profissional nem nada que se pareça, continuo a travar uma luta feroz comigo mesma para conseguir dizer a notícia de forma natural e convicta. Mas acredito que a minha escrita melhorou. E considero isso uma vitória – como exemplo seguem no Anexo 2 mais alguns textos e gravações.

Finalmente, e como não poderia deixar de frisar, aprendi muitíssimo sobre economia. As notícias de economia passaram a fazer bem mais sentido para mim – pessoalmente acredito que devíamos apostar mais na formação nesta área porque todos somos afectados pelas flutuações da economia e quanto mais informados estivermos, melhor saberemos defender-nos dessas mudanças.

Para a minha aprendizagem nesta área também contribuiu muito a formação para funcionários da RTP a que tive a oportunidade de assistir. Cerca de duas horas e meia durante quatro quartas-feiras, em que se falou de PIB, inflação, défices e taxas de referência do Banco Central Europeu. Tudo explicado do início e de forma simplificada pelos editores de economia d RTP. O objectivo, a meu ver cumprido, era esclarecer dúvidas e fornecer pistas sobre como traduzir em miúdos os termos de economês com que lidamos diariamente no jornalismo: “Melhorar a informação económico-financeira. Comunicar e descodificar para facilitar a compreensão”.

## **II PARTE: O jornalismo na Internet**

### **II.1. Contexto histórico e caracterização do cenário actual**

Desde o aparecimento das primeiras “máquinas informáticas” [Santos, 1998: 32] e das primeiras redes de computadores, muitos foram os avanços tecnológicos que conduziram à construção da relação estreita, em muitos casos de dependência, que hoje temos com o universo da informática. O computador e a internet estão em todo o lado, no trabalho e em casa, beneficiando, e muito, profissões como o jornalismo, pelas facilidades que trouxe em termos de edição de texto, áudio e imagem, bem como de acesso à informação e contacto, em tempo real, com as fontes.

No arranque desta II Parte do relatório, e tendo como ponto de chegada o encontro entre a rádio e a internet, a proposta é analisar o processo que esteve na origem da internet, começando por considerar a descoberta do computador, enquanto ferramenta essencial para aceder à rede da internet, caracterizando os seus principais usos (da comunicação, ao entretenimento e à informação), e terminando com a particularização deste olhar pela história na forma como tem evoluído o ciberjornalismo em Portugal, olhando aos desafios que se lhe colocam nos nossos dias.

#### **II.1.1. Da invenção dos computadores à afirmação da internet**

##### **O desenvolvimento do computador**

O desejo de realizar cálculos complexos e decodificar mensagens de inimigos militares ocupou engenheiros e matemáticos durante várias décadas e foi o motor que esteve na origem da invenção do computador. Já em 1830 o inglês Charles Babbage projectava a máquina de subtrair e o primeiro computador programável, de uso geral, constituído apenas por partes mecânicas – inventos que não chegaria a ver materializados. Porém, é só um século depois, nas décadas de 30 e 40 do século XX que surgem mais avanços significativos nesta área. [Rodrigues, 2010: 127-128]

Por volta de 1945, o austríaco John von Neumann, emigrado nos Estados Unidos da América, inventava a primeira máquina calculadora automática, inspirada no funcionamento do sistema nervoso central [Rodrigues, 2010: 128]. Uma máquina

capaz de ser programada para efectuar determinadas tarefas com base em instruções guardadas na memória do computador e codificadas sob a forma de zeros e uns – princípios que ainda hoje estão na base dos computadores modernos.

Nos anos 70 nasce a “microinformática” com a apresentação em 1974 do primeiro protótipo de um computador pessoal – o *personal computer*, também conhecido por *pc* – e a invenção da disquete (*floppy disk drive*), hoje obsoleta [Santos, 1998: 33]. Em 1985 surge o CD (*compact disk*), que rapidamente destronaria a disquete, e mais tarde, no ano 2000, foi a vez de a *pen-drive* ocupar o lugar do CD. Hoje banalizam-se os discos externos, ampliando consideravelmente a capacidade de armazenamento de dados numa plataforma facilmente transportável.

Porém, outros inventos se seguirão. A indústria tecnológica é por natureza insatisfeita, sempre em busca do aperfeiçoamento, de novas funcionalidades e objectos com maior capacidade. A tendência para a miniaturização, que também afectou o rádio, mantém-se viva ainda hoje, observável não só nos dispositivos de armazenamento, como nos próprios aparelhos. Nos anos 90 deu-se a massificação dos computadores e surgiram os portáteis, a que se seguiram as agendas electrónicas, PDA's (*personal digital assistant*), mais sofisticados que as primeiras, os telemóveis inteligentes (*smart phones*), *netbooks*, etc. [Cruz, 2002: 212].

### **A criação da internet**

As origens da internet remontam a 1969, quando a Advanced Research Projects Agency (ARPA), criada pelo Departamento de Defesa norte-americano, lançou a ARPAnet – “a primeira rede de pesquisa militar descentralizada”, que permitia aos utilizadores aceder aos dados colocados em rede a partir de qualquer computador ligado, independentemente do local onde estivessem. Uma ferramenta que nos anos 70 atraiu um grande número de universidades e organismos de investigação que foram aderindo à rede, ao ponto de nos anos 80 o volume de tráfego justificar a criação de uma segunda rede, a que se chamou MILnet, que ficaria circunscrita à informação relacionada com os serviços secretos militares. [Cruz, 2002: 328-329]

A internet surge no momento em que estas duas redes autónomas passam a comunicar entre si, ao abrigo de um conjunto de normas de sintaxe que unificam a sua

linguagem e ainda hoje são seguidas por todos os computadores ligados à rede da internet – os protocolos TPC/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), criados em 1983. [2002: 327-329]

A partir de 1986-1988, multiplicaram-se os desenvolvimentos tecnológicos que permitiram ampliar o número de computadores ligados, o número de redes, bem como a velocidade de processamento e partilha da informação. Em 1992/93 inaugura-se a exploração comercial da internet, transformando esta rede de partilha de dados num mercado de massa à escala planetária em seis curtos anos – em 1999 já ligava 200 milhões de computadores. [2002: 328-329]

Assim, mais do que uma rede, a internet é “uma rede de redes diferentes que comunicam entre si por intermédio dos protocolos TPC/IP” [2002: 329] e se estende à escala planetária, permitindo aceder a todo o tipo de dados e serviços. Contactar o outro, “para além das barreiras das nações, das religiões, dos continentes, das raças, das culturas” [Rodrigues, 2010: 131].

### **A utilização da internet hoje**

Em 2010 o número de utilizadores de internet no mundo superou os dois mil milhões [ANACOM, 17 de Fevereiro de 2011] e em Portugal chegou aos 2 milhões e 100 mil (2 104 334), segundo os dados de 2012 do Instituto Nacional de Estatística.

O relatório do OberCom sobre a utilização da internet mostra ainda que no terceiro trimestre de 2010 quase metade dos lares de Portugal Continental dispunham de acesso à internet (48,8%), sendo que desses 51,4% com ligação de banda larga; que os homens (48,3%) usam mais a internet do que as mulheres (41,1%), e que a maior parte dos utilizadores tem entre 15 e 34 anos (63%), decrescendo progressivamente à medida que avançamos na idade. [Taborda, Espanha e Cardoso, 2011b: 6, 8-9]

Em termos socio-profissionais, os que mais utilizam são quadros superiores de empresas (100%), estudantes (96,1%), técnicos, cientistas e artistas (94,2%), e também profissionais liberais (83,3%) e funcionários de escritório (78,7%). [2011b: 9-10]

Os utilizadores portugueses recorrem à internet sobretudo para comunicar com outros internautas, seja através do correio electrónico (89%) ou do serviço de mensagens rápidas (74,5%), assim como para procurar notícias (68,7%), navegar sem

propósito definido (62%), como forma de entretenimento, ou utilizar as redes sociais (56,4%). Os jogos (38,3%), o download ou audição de música online (35,2%) e a consulta de jornais ou sites desportivos (35,6%) são as actividades lúdicas preferidas pelos internautas portugueses. [2011b: 15, 19-21]

Já em termos informativos, a internet é um recurso para os utilizadores de todos os escalões etários, embora atraídos por diferentes tipos de conteúdos. Os que têm mais de 65 anos interessam-se sobretudo por questões de saúde e viagens. Os mais jovens, com idades entre os 15 e os 24 anos, apostam mais na consulta de enciclopédias online, blogues e na utilização do twitter. [2011b: 22]

De um modo geral, a consulta de enciclopédias online (40,1%), de conteúdos humorísticos (35,1%) ou de blogues (33,3%) estão entre as actividades de cariz informativo mais comuns, depois da consulta genérica de notícias, já referida e mais praticada pelos homens (70,4%) – uma excepção, já que quem utiliza mais a internet para fins informativos são as mulheres, que procuram sobretudo esclarecimentos sobre saúde (37,9%). [2011b: 21-22]

Através da internet os portugueses informam-se sobre os mais variados tipos de bens e serviços. Porém, comprá-los por esta via ainda não é um hábito – apenas 17,5% o faz, e neste campo são os homens os principais beneficiários. Além disso, e ao contrário do que acontece relativamente aos outros indicadores, a taxa de utilização vai crescendo à medida que avançamos no escalão etário. [2011b: 23-24]

Com propósitos educativos, uma das utilizações mais significativas da internet, visto que uma boa percentagem dos internautas são estudantes, os portugueses ligam-se à internet para procurar ou verificar factos (42,2%), pesquisar definições de palavras (33,1%) ou informação para a escola ou universidade (27,9%). [2011b: 25]

O estudo conclui que os internautas confiam nos conteúdos disponibilizados na internet (3,79 numa escala de 1 a 5). Porém, em termos genéricos, os portugueses acham que há demasiado conteúdo impróprio na rede (79,4%) e que a internet é uma ameaça para os utilizadores em termos de privacidade (71,8%). Ainda assim, também reconhecem que a sua utilização ajuda a melhorar a qualidade de vida (77,3%), que é uma tecnologia indispensável ao adequado funcionamento da sociedade (79%) e que deveria ser um direito fundamental dos cidadãos (80,2%). [2011b: 12-13]

## II.1.2. O ciberjornalismo e os desafios do novo media

### Do nascimento do ciberjornalismo aos dias de hoje

Desde Novembro de 1993 que as notícias marcam presença na web. O Palo Alto Weekly foi o primeiro jornal a disponibilizar online e de forma regular as suas notícias, inaugurando a era do ciberjornalismo<sup>4</sup> em Janeiro de 1994, na Califórnia, Estados Unidos da América. [Carlson in Ribas, 2005: 1 e [paloaltoonline.com/weekly](http://paloaltoonline.com/weekly)]

No que diz respeito à radiodifusão, já em Março de 1993 a Columbus Internet Engineering Task Force transmitia o seu *talk show* pela internet, através de um sistema parecido com o do *podcast* (que permite ver/ouvir ou fazer o download de um conteúdo multimédia disponível online). Porém, só em 1995 é que a internet passa a ser encarada como “veículo permanente de difusão” de uma emissão, “de um modo contínuo e em directo”, pela KLIF, de Dallas, nos Estados Unidos. [Portela, 2011: 47]

Em Portugal, o primeiro órgão de comunicação a chegar à internet foi o Jornal de Notícias, que lançou em Julho de 1995 a sua edição online, logo seguido do Público, em Setembro do mesmo ano. No entanto, já em 1993 a RTP tinha registado o seu domínio, sendo que a primeira página criada pelo grupo foi a da RTP Internacional, em Novembro de 1995 [Bastos, 2009: 2]. Entre as emissoras a primeira foi a Antena 3, ainda no mesmo ano [Amaral, Cardoso e Espanha, 2006: 4].

Vivia-se então um período de “implementação”, que durou até 1998 e viu nascer vários sites de notícias, por iniciativa de empresas de comunicação social preexistentes, que partiam à descoberta, tomadas pela curiosidade em relação ao novo meio. Em termos de conteúdos, os sites eram ainda muito incipientes, limitando-se a reproduzir aquilo que se fazia no meio de origem (modelo *shovelware*), sem se preocupar em acrescentar mais informações e adaptá-las de modo a tirar partido das potencialidades da internet. Tal como aconteceu na rádio, no início a internet também começou por copiar e difundir o que se fazia nos outros meios. [Bastos, 2009: 1]

Feitas as contas, os jornais foram os mais rápidos a “colonizar” o novo meio, tendo a tarefa facilitada, uma vez que por esta altura as suas redacções já estavam a trabalhar com o texto em formato digital e lhes bastava transferir os conteúdos para a rede, sem precisar de grandes ajustamentos ou capacidade de processamento

---

<sup>4</sup> Também chamado webjornalismo, jornalismo online, digital, virtual, electrónico ou multimédia.

[Canavilhas, 2006: 4]. Por outro lado, o sistema de *audio-streaming*, que permite ouvir a emissão em directo, exige uma maior largura da banda da internet para que o sinal seja recebido de forma satisfatória, sem cortes ou interrupções [Portela, 2011: 47, 51].

Depois de uma primeira fase, experimental, entre 1999 e 2000 deu-se o “boom” da expansão, com o aparecimento das primeiras notícias especificamente criadas para a internet, em actualização permanente, e publicações exclusivamente online, como o Diário Digital e o Portugal Diário. A revista Focus é lançada simultaneamente em papel e na internet, reconhecendo a importância do novo meio, e são criados os primeiros serviços online pagos (como a consulta do arquivo), bem como serviços de “última hora”, que tiram partido de uma das características marcantes da internet – a imeditacidade. Além disso, surgem as primeiras apostas na interactividade, com a criação de inquéritos online e salas de chat. [Bastos, 2009: 1, 4]

Foi um período em que se fizeram-se grandes investimentos e um esforço de integração das várias empresas de um grupo de comunicação, que viram os seus conteúdos convergir num mesmo site, como aconteceu com o Lusomundo.net, que reunia Jornal de Notícias, Diário de Notícias, TSF, entre outros. Procurava-se “marcar posição”, numa altura em que se verificava “uma euforia, nacional e internacional, à volta da economia gerada pela internet”. [2009: 3-4]

Porém, a partir de 2001 instalou-se uma fase de “depressão”, em que o investimento se retraiu bastante, com cortes de pessoal, encerramento de sites e reduções nas despesas. Foi o “fim de uma certa ilusão” que se havia criado à volta da das chamadas “dot-com”. “A ‘bolha digital’ rebentara e o investimento publicitário decaíra”, forçando os sites a “fechar” gradualmente os seus conteúdos, obrigando os consumidores a pagar para ter acesso a eles. [2009: 1, 5 e 7]

Inicia-se então um período de “estagnação generalizado, de reduzido investimento a todos os níveis, pontuado por alguns investimentos a contracorrente”, como o lançamento da SIC Online e da Visão Online, ainda em 2001. [2009: 1]

Nos anos seguintes apostou-se mais na interactividade, com a criação de caixas de comentários, fóruns e newsletters. Em Janeiro de 2006, a TSF inaugura a era do *podcast* em Portugal, passando a disponibilizar, gratuitamente, alguns programas em formato de mp3, o que confere ao ouvinte o poder de decidir o que quer ouvir a cada

momento. Vídeos, fotogalerias e infografias passam a ter maior destaque entre jornais com edição online, como o Expresso e o Público. [2009: 8-10]

Ainda assim, a tendência para o desinvestimento verifica-se até hoje, motivada pela premente dificuldade de os sites se auto-sustentarem.

### **Os desafios do ciberjornalismo na sua afirmação como media autónomo**

Ao contrário do que acontece com a rádio que depois de vários abalos já definiu a sua estratégia e encontrou a sua identidade, para lá do desafio colocado agora pelo online de que falaremos mais à frente, o jornalismo na internet, em sentido lato, enfrenta ainda um período de definição. Além de os avanços tecnológicos estarem constantemente a alterar as circunstâncias comunicativas, impondo novas realidades, novas funcionalidades e instrumentos, falta-lhe um modelo de negócio que o torne o rentável<sup>5</sup>, permitindo aos sites funcionar de forma independente em termos financeiros, e libertando-se das pressões oriundas do topo da hierarquia, que fazem com que os valores comerciais se sobreponham àquele que deve ser o objectivo primordial do jornalismo – “informar o público sobre assuntos de interesse público” [Gradim in Bastos, 2008: 106].

*“As políticas de controlo de gastos nas empresas online travam a criação de conteúdos para a internet e favorecem a cópia das edições e automatização dos processos, gerando-se uma situação de concorrência cada vez mais entre as destrezas profissionais e as inovações tecnológicas.”* [Torres e Amérigo in Bastos, 2008: 148]

Aposta-se mais no “efeito” do que na “qualidade” [Bastos in JN de 12 de Dezembro de 2010], nas aplicações para aceder às notícias a partir de gadgets de última geração e nas contas em redes sociais da moda, descuidando-se o conteúdo. Abre-se espaço à produção de notícias para “promoção empresarial ou governamental”, e ao “noticiário barato”, pouco desenvolvido, feito à custa de telexes de agências e sem contactar com os ambientes e as fontes que importam, por falta de tempo e de recursos técnicos e/ou humanos. [Scott in Bastos, 2008: 121]

---

<sup>5</sup> No relatório do Observatório da Comunicação (OberCom), “Os novos Caminhos do Rádio”, são identificadas algumas estratégias de rentabilização para as rádios online que vão para lá da publicidade, essencialmente através de parcerias, subscrição de serviços e venda de produtos. Contudo, todas elas vocacionadas para a vertente musical, descorando o caso específico do jornalismo.

Há uma tendência crescente “para a leveza e o aligeiramento de conteúdos”, com a “colonização da informação por formas que lhe são estranhas, incluindo a publicidade, o fait-divers e o entretenimento” [Gradim in Bastos, 2008: 57], que está na origem do infotainment e tem por objectivo atrair o público para fazer aumentar o número de visitas ao site e assim convencer os anunciantes a investir – uma tarefa cada vez mais difícil, já que a internet pôs ao seu dispor formas de comunicar directamente com os consumidores, a que antes só tinham acesso através dos media tradicionais [Alves in Bastos, 2008: 151].

Porém, Helder Bastos acredita que só pela aposta na qualidade do jornalismo produzido para a web é que se pode superar estas pressões. Falta investimento, meios técnicos e humanos, bem como “formação específica em ciberjornalismo avançado” [2005: 7], pelo que “estamos num impasse” [Bastos in JN de 12 de Dezembro de 2010].

Os media estão confrontados com “uma crise sem precedentes”, não ganham o suficiente com a publicidade (que é incerta, negociada caso a caso em vez de o ser em grande escala [Scott in Bastos, 2008: 150]), e assim não têm dinheiro para investir em recursos que permitam produzir um jornalismo de qualidade para a web. O que gera uma bola de neve: se não rentabilizam os sites também não têm como investir neles e sem um produto de qualidade é difícil realizar receitas com a venda de conteúdos, especialmente tendo em conta que existem outros sites que oferecem o mesmo gratuitamente. [Bastos in JN de 12 de Dezembro de 2010]

*“Se um site tem um grande colunista, uma grande reportagem, uma boa história de investigação, é natural que as pessoas paguem. Agora, se tem só notícia rotineira, sem rasgo, copy-paste das agências noticiosas, isso obviamente não justifica que as pessoas paguem. Só que é isso que está toda a gente a fazer, e isso não vende.”*

[Bastos in JN de 12 de Dezembro de 2010]

Manter-se a par das últimas tendências, seguir o pulsar da sociedade no seu fascínio pela internet, produzir jornalismo de qualidade e tudo a baixo custo, é este o principal desafio que se impõe aos sites de informação dos dias de hoje, para além das questões da linguagem que analisaremos no ponto que se segue. Vencer o desafio da rentabilização, que não se coloca da mesma forma perante a rádio de serviço público, uma vez que é exclusivamente financiada pelo Estado.

## **II.2. A identidade do jornalismo online**

Palavras, imagens, hiperligações, arquivos, novas formas de participação e de consumo. De comunicar e apresentar os conteúdos. De reinventá-los! Fazê-los vibrar e produzir sentido. Na internet, o jornalismo encontra uma nova forma de se exprimir, de contar as mesmas histórias, jogando com os instrumentos que o meio põe ao seu dispor e caracterizam a sua linguagem. Um “estilo hipermediático”, que procuraremos definir ao longo deste capítulo, e vai buscar as especificidades de cada um dos outros meios – a linguagem verbal característica da imprensa escrita, mas também da rádio (na sua versão oral), e a linguagem não verbal, imagética, própria da televisão – acrescentando-lhes “a possibilidade de uso de hiperligações e a participação do leitor na elaboração da notícia” [Canavilhas, 2002: 5-6].

### **II.2.1 As características do ciberjornalismo**

A hipertextualidade é o núcleo da comunicação para a web. Traduz o modo como se ligam os vários elementos que fazem parte da peça jornalística, representando “a possibilidade de conectar a história a outras histórias”, arquivos e a todo tipo de recursos, quer sejam textos, imagens, sons, infografias, etc. [Deuze in Castanheira, 2004: 97]. E tudo isto através de links, que permitem ao leitor saltar de conteúdo em conteúdo e aprofundar os seus conhecimentos em função dos seus interesses, remetendo para outras páginas do mesmo site (secções multimédia, documentos, dossiers, notícias relacionadas, etc.) ou para sites exteriores (de agências governamentais, empresas, instituições, blogues ou, eventualmente, de outros media).

Assim, a utilização do link (ou hiperligação) põe a informação ao serviço do utilizador, que escolhe o que quer ver/ouvir/percepcionar, optando por um “percurso de leitura” que pode ser diferente daquele que foi selecionado por outros utilizadores. Ou seja, a escrita não é linear, cria alternativas de leitura, contrariando a forma tradicional de estruturação da notícia, em que as escolhas do jornalista determinam o modo como vai ser recebida, segundo uma ordem pré-definida. [Canavilhas, 2008: 2-3]

Além disso, através do hipertexto (texto com links) é possível “ampliar o caudal de informação até ao infinito” [Yus in Bastos, 2008: 76]. “Podemos ser mais completos, podemos acrescentar mais contexto, podemos incluir mais vozes e podemos ajudar as

peessoas a compreender integralmente assuntos complexos” [Mann in Castanheira, 2004: 179], porque não existem limites que impeçam a ligação de uns textos aos outros. Na internet o espaço é ilimitado, uma “teia de informação quase infinita e de livre navegação” [Canavilhas, 2008: 3].

Porém, apesar de o meio não impor, à partida, um limite de caracteres ou de tempo, os autores estudados são unânimes em considerar que “a informação disponibilizada online deve ser condensada e concisa, sob pena de assumir uma mancha gráfica demasiado grande e, dessa forma, se tornar de difícil leitura” [Neto, 2006: 185]. Não só porque um texto longo faz o leitor desmobilizar mais depressa, mas também porque o próprio ecrã do computador, “com o seu brilho próprio, provoca fadiga ocular, tornando cansativo ficar muito tempo com o olhar fixo numa página digital vertical” [Mann, in Castanheira, 2004: 179].

Neste sentido, usar subtítulos, parágrafos curtos, frases simples, hiperligações, gráficos, tabelas, quadros interactivos, caixas de destaque, e, acima de tudo, ser sucinto, são os principais concelhos apontados por Jorge Pedro Sousa e Inês Aroso como forma de tornar a leitura online mais fácil. [Sousa e Aroso, 2003: 174-175]

No que diz respeito à escrita para a web, perante notícias de última hora, breves, em que é imperativo fazer chegar a informação de forma rápida, clara e sintética, faz sentido estruturar a notícia de acordo com a técnica da pirâmide invertida, importada da imprensa escrita: colocar “a informação mais importante no início e o menos importante do final” (ver Figura 1, Anexo 1) [Canavilhas, 2006: 2, 6-7]. Isto porque a apreensão do essencial da informação se torna mais imediata, até pelo treino que o utilizador tem na descodificação deste tipo de estrutura.

No entanto, esta torna-se “uma técnica limitadora quando se fala de outros géneros jornalísticos que podem tirar partido das potencialidades do hipertexto”, como é o caso da reportagem multimédia. Aí passa a fazer sentido recorrer à técnica da pirâmide deitada, definida por João Canavilhas, em que a notícia evolui “de um nível com menos informação para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise” (ver Figura 2, Anexo 1). [2006: 7 e 13]

No primeiro, que corresponde ao lead, resume-se o essencial da informação, respondendo às interrogações jornalísticas: “o quê?”, “quando?”, “quem?” e “onde?” (unidade base). No segundo completa-se com o “porquê?” e o “como?” (nível de

explicação). No terceiro desenvolvem-se as questões levantadas pela informação avançada, acrescentando mais dados (nível de contextualização). E finalmente, no quarto nível liga-se a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos, fazendo aumentar exponencialmente o alcance da notícia (nível de exploração). [2006: 15-16]

Para isso, pode recorrer-se a todo o tipo de conteúdos porque o ciberjornalismo é também, e acima de tudo, um jornalismo multimédia, em que se cruzam as matérias-primas utilizadas noutros meios: imprensa, televisão e rádio. “Uma nova escrita sinestésica que combina palavras, imagens e sons”, respectivamente [Salaverría in Bastos, 2008: 32], permitindo “unificar as diferentes linguagens numa só”, pela “utilização simultânea” de todas elas [Edo in Bastos, 2008: 32], “num discurso único e coerente”, em que os conteúdos, de diferentes tipos, surjam “integrados” e não apenas “justapostos” [Salaverría in Bastos, 2008: 36] – o que ainda não se verifica, ou pelo menos não de forma sistemática, nos sites de notícias portugueses.

A convergência é, por isso, outra característica marcante da linguagem ciberjornalística, ‘hipermediática’. A convergência de conteúdos de naturezas diversas e de diferentes media (que migram para o online) numa só plataforma, o que implica também uma convergência tecnológica (pela utilização de vários tipos de ferramentas de captação, edição e acesso aos conteúdos, em prol de um mesmo produto jornalístico). Convergência empresarial, pela fusão de empresas de media em grupos multimediáticos (que incluem jornais, revistas, estações de rádio e de televisão), o que potencia a convergência de conteúdos (entre os vários membros do grupo) e de profissionais (que assim trabalham para as várias empresas), numa lógica de “aproveitamento múltiplo dos mesmos recursos jornalísticos” (conteúdos, tecnologias e pessoal), com vista à sua rentabilização e à maximização do lucro [Bastos, 2008: 41].

Apesar das potencialidades da internet, “o texto continua a ser o elemento mais usado no jornalismo que se faz na Web”, não só porque os conteúdos audiovisuais tornam o download das páginas mais lento, mas sobretudo porque o texto é menos exigente do ponto de vista técnico e mais imediato [Canavilhas, 2006: 3]. De facto, a “obsessão pelo instantâneo” [Bastos in JN 12 de Dezembro de 2010], a ambição de dar a notícia antes dos outros, é uma particularidade desta forma de jornalismo e da própria era em que vivemos, condicionando grandemente o produto.

Na internet imperam as notícias de última hora, breves, descontextualizadas e padronizadas. “O ciberrelato versa sobre factos que acabam de acontecer” e não é preciso “esperar por um momento concreto do dia” [Bastos, 2008: 48], para os conhecer – a actualização da informação é permanente e a deadline contínua. “A velocidade não se mede em termos de dias ou horas”, é “aferida ao minuto e até ao segundo” [Castanheira, 2004: 174], “produzindo-se uma redução quase até zero da diferença temporal” (entre o acontecimento e a sua publicação), o que “faz com que a informação envelheça com igual celeridade”, fugaz e descartável. [Bastos, 2008: 49].

Paradoxalmente, apesar de as notícias terem um ‘prazo de validade’ extremamente curto (basta que saia uma nova sobre o mesmo assunto para aquela já estar desactualizada), as capacidades arquivísticas da internet são extraordinárias, pelo que as informações permanecem indefinidamente na rede, disponíveis para consulta através de uma pesquisa rápida e simples, acessíveis a todos e presentes em toda a parte ao mesmo tempo (ubiquidade). Uma memória tendencialmente infinita que pode ser usada “como background para a contextualização e actualização das notícias”, permitindo colmatar um dos problemas que se colocam hoje em dia ao jornalismo: “a compatibilização da velocidade da informação, com o espaço disponível e com a riqueza das informações disponibilizadas” [Canavilhas, 2004: 7].

Por fim, a interactividade é uma das grandes mais-valias do jornalismo online. “A internet oferece ao jornalista a possibilidade de falar COM o leitor, em lugar de falar PARA o leitor”. Abre espaço ao diálogo e concede ao utilizador a possibilidade de “fazer parte da notícia”, já que o jornalista não se limita a produzir e transmitir a informação, sendo confrontado com ela. O utilizador assume uma postura activa de recepção, participando na construção da notícia, enriquecendo-a com “opiniões ou até com outros links”, fazendo sugestões ou correcções [Canavilhas, 2002: 4].

E tudo isto através das novas formas de interacção, mais acessíveis e em certa medida mais económicas (não implica gastos com correio ou telefone, apenas com o acesso à rede) que a internet inaugura: o e-mail (que permite trocar impressões com o jornalista/editor, de forma directa); o comentário (pequeno texto de opinião sobre uma notícia, que fica visível para todos os internautas); o inquérito ou a sondagem (cuja resposta se restringe às opções dadas); o fórum ou o chat de conversação (em que se discute um tema, no segundo caso em tempo real).

“A notícia torna-se numa espiral, gerando-se a si própria e multiplicando-se num emaranhado de opiniões e links que a tornam num produto sempre inacabado” [Canavilhas, 2002: 4]. Texto de “autoria múltipla”, que resulta de um processo de “negociação” entre jornalista e utilizador (graças ao diálogo que se estabelece), e está permanentemente em aberto (tal como o seu sentido, que depende do itinerário de leitura escolhido), susceptível de ser actualizado, desenvolvido ou comentado [Bastos, 2008: 43 e 86].

Aliada à hipertextualidade e à interactividade, a internet introduz também a possibilidade de personalizar a informação, permitindo aos utilizadores escolher os assuntos sobre os quais querem ser informados, predefinindo-os no motor de busca, no site de notícias ou em newsletters que os fazem chegar ao seu e-mail. Além disso, uma vez que podem interagir com os conteúdos e seleccionar os que lhes interessam, os utilizadores influenciam a própria definição do que é notícia [Bastos, 2008: 81], deixando pistas que ajudam o jornalista a perceber quais “as necessidades, interesses e preocupações da audiência” [Ward in Sousa e Aroso, 2003: 179]

Assim, e uma vez que o utilizador é mais do que um simples consumidor (além de dar o seu feedback, ele próprio pode tornar-se fonte de informação e produtor de conteúdos, através das ferramentas que a rede põe ao seu dispor), esbatem-se as fronteiras entre ele e o jornalista. O que não significa que o seu lugar seja posto em causa, pelo contrário. Num universo sobrecarregado de informação, o utilizador precisa cada vez mais de um “mediador” que descodifique, interprete e contextualize a informação. [García in Bastos, 2008: 83 e Santrot in Castanheira, 2004: 176]

### **II.3. A rádio na internet**

Não exige a aquisição de licenças, não enfrenta limites de espaço (como os do espectro electromagnético) ou qualquer tipo de fronteiras físicas. Tem vindo a “implantar-se”, reunindo cada vez mais adeptos, “redefinindo estratégias de comunicação, criando novos modelos e forçando todos os meios de comunicação a servirem-se dela enquanto suporte para se fortalecerem” [Cordeiro, 2003: 219].

Com efeito, todas as rádios referidas na I Parte do relatório (as mais ouvidas dos principais grupos de operadoras portuguesas), independentemente de investirem

mais ou menos na informação, têm hoje um site na internet, estão na rede social mais popular do momento, o Facebook, e disponibilizam online a sua emissão, bem como algumas rubricas para audição online ou download, através do *podcast*.

Porém, a migração para a web envolve mudanças que poderão pôr em causa a identidade da rádio, provocando a redefinição do seu conceito – questão que será analisada neste ponto, em que se identificam as características que aproximam e afastam os dois meios, bem como o papel das versões online das rádios hertzianas.

### **II.3.1. As especificidades da rádio na internet**

#### **A identidade da rádio com a chegada à internet**

Ao transferir-se para a internet, nesta urgência de integrar um universo digital de “crescente influência social” [Portela, 2011: 49], a rádio sentiu a necessidade de se adaptar a este novo meio, tirando partido daquilo que ele tinha para lhe oferecer. Através da hiperligação ligou-se a outros conteúdos, pela criação de arquivos ampliou a quantidade de informação disponível, usufruindo das novas formas de interacção aproximou-se dos ouvintes. Abriu-se ao público, permitindo-lhe escolher o que quer ouvir e em que momento, integrou o texto e a imagem, tornando-se multimédia.

A rádio na internet é muito mais do que a emissão sonora tradicional que nos chega através do sinal hertziano. “Ainda é também som. Mas já não só som” [Bonixe, 2011: 336]. Deixou de ser invisível, exclusivamente sonora, para incorporar elementos gráficos, que incluem o próprio *lay out* da página. Como vimos na I Parte do relatório, na rádio analógica os limites do espaço são os limites do próprio som. Não temos um fundo que nos enquadre, uma moldura visual que nos sirva de referência, que prenda o nosso olhar e nos ajude a decodificar a mensagem.

Mas na internet há tudo isso. A rádio existe num espaço fixo, limitado, em que são inscritas informações que versam sobre os mais variados temas e se cristalizam sob as mais variadas formas. “A rádio afasta-se do seu conceito original e assume uma configuração multimédia” [Cordeiro, 2003: 142]. Inclui textos, que tal como na rádio, sob a forma da palavra dita, assumem um papel preponderante na transmissão da mensagem que se pretende veicular. Inclui também fotografias (ilustrando o texto ou organizadas em fotogalerias), infografias, gráficos, gravuras, vídeos e animações. Todo

o tipo de estímulos e representações visuais, aos quais se somam os sons, sob a forma de emissão radiofónica, peças jornalísticas ou programas, que no meio de tudo isto, acabam por perder a sua centralidade [2003: 142].

Ao incorporar todos aqueles elementos, a internet põe em causa a própria identidade da rádio, que até este momento tinha mantido “intacta” a sua principal característica diferenciadora – o facto de ser composta apenas por som [Bonixie, 2009: 336]. E neste aspecto, Eduardo Meditsch é assertivo: a rádio é “composição sonora invisível de palavra, música, ruído e silêncio, enunciada em tempo real” [1997: 11].

*“Se não for feito de som não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade em que está inserido) é fonografia, também não é rádio”* [Meditsch, 2008: 4].

Uma definição que o autor admite ser “radical”, mas que acredita ser a chave para que a rádio “continue a ser rádio”, enquanto meio de comunicação, mesmo quando não for transmitida através de ondas electromagnéticas [2008: 4], querendo com isto dizer que a “identidade do rádio” está “na especificidade de seu discurso e não na forma de difusão da mensagem (AM, FM, transmissão por cabo, satélite ou internet)” [Meditsch in Baumworcel, 2001: 109].

Trata-se de um “estilo comunicacional”, com características próprias, que não precisa de ondas hertzianas “para cumprir o seu papel”. O que não significa que a sua linguagem seja estanque, imutável ao longo dos tempos – a rádio é “permeável a interacções” com os cenários proporcionados pelos avanços tecnológicos, adaptando-se a novos contextos. [Vieira, Cardoso e Mendonça, 2010: 10] Pelo que, neste sentido, a transferência para a internet está a provocar a ampliação do seu conceito.

A rádio na internet não deixa de ser “uma nova forma de comunicação” [Martínez-Costa in Portela, 49], uma vez que acrescenta ao som, próprio da rádio, uma série de outros elementos que não integravam a sua linguagem. As alterações a que tem sido sujeita é que são encaradas como “consequências” naturais da sua adaptação às especificidades do novo meio que lhe serve de suporte [Portela, 2011: 48-49], não pondo em causa a sua definição, a não ser que as transformações sejam “demasiado profundas”, como salvaguarda Cebrián Herreros [in Portela, 2011: 49].

Tal como os outros meios, a rádio tem vindo a ser “integrada” pela internet, mas é ela a mais próxima da sua forma de trabalhar, pois também valoriza a notícia e a

atualização constante [Cordeiro, 2003: 148 e 172], movendo-se em contra-relógio para ser a primeira a dar a informação. “Ninguém como o rádio tinha antes o know-how de trabalhar com informação jornalística em tempo real” [Meditsch, 2008: 2].

Ao contrário do que acontece na imprensa, que tem apenas uma edição por dia, ou da televisão, que embora já tenha canais temáticos informativos, trabalha essencialmente em função dos noticiários das 13h e das 20h, de maior envergadura e audiência, há várias décadas que a rádio se organiza para fazer face a *deadlines* contínuas, de hora a hora ou mesmo de meia em meia hora, que condicionam de forma determinante as rotinas e o ritmo de produção da redacção, obrigando a um acompanhamento constante, em tempo real, dos acontecimentos que marcam o dia informativo. Como vimos, a rádio é talhada para a cobertura do inesperado e o meio cuja estrutura melhor se adapta à inclusão de emissões especiais de “última hora”.

Além disso, a semelhança deve-se ao facto de obedecerem às mesmas regras, uma vez que a rádio também “é um veículo da era electrónica” – o primeiro que surgiu. Porém, não é por ser mais antigo que vai “desaparecer” ou ser “engolido pelo novo meio”. A sua época “não está no passado”, “é a de todos os meios eletrónicos”. [2008: 2-3] E, aliás, por ser compatível com a execução de outras tarefas em simultâneo, a rádio é o menos ameaçado pela internet [Cordeiro, 2003: 150].

Tal como a televisão ou a imprensa, a internet “fixa-me num lugar” [Santos in Cordeiro, 2003: 150], prende o olhar, exigindo a máxima atenção. Mas a rádio, a emissão de rádio por si mesma, não. E só ficará em dificuldades se os ouvintes passarem a preferir ouvi-la pela web, deixando de a ouvir através do suporte tradicional. Neste sentido, “a ameaça não é a Net em si, mas a Net enquanto novo suporte para a rádio” [2003: 223], que poderá substituir a transmissão por ondas de electromagnéticas, provocando alterações significativas ao próprio conceito de rádio.

Assim, podemos dizer que a internet se impõe mais como uma oportunidade e um desafio, representando “uma extraordinária ferramenta” para o desenvolvimento da rádio, não só porque permite aceder a todo o tipo de informações e de fontes, de forma rápida e fácil, mas também porque “permite a transmissão de som, ao vivo ou gravado, a baixíssimo custo, de qualquer parte para qualquer parte do mundo”, “e, sobretudo, permite que qualquer um, com pouco investimento e independente de autorização estatal, monte sua própria emissora na web” [Meditsch, 2008: 3]. O que

potencia algumas das características inerentes à rádio [Bonixe, 2011: 341 e Cordeiro, 2003: 202], ampliando as suas capacidades e “reforçando” a sua eficácia [Portela, 2011: 49], sem deixar de lhe impor algumas reservas.

### **As características da velha rádio no novo meio**

De facto, além de melhorar a qualidade da emissão, pois não é afectada por interferências electromagnéticas, através da internet a rádio deixa de estar sujeita a limites físicos e regulamentares, já que online o número de canais possíveis é infinito e não é necessário obter qualquer tipo de licença para emitir. [Cordeiro, 2003: 161]

Teoricamente a rádio torna-se acessível a todos, verdadeiramente universal, conferindo a todas as rádios um alcance mundial e deitando por terra as classificações das estações em função do espaço geográfico abrangido (locais, regionais, nacionais ou internacionais) [2003: 161]. O que, em contrapartida, subverte a sua vocação como meio de comunicação ao serviço de uma comunidade específica: “o distante torna-se próximo e o local projecta-se a limites antes impensáveis” [Portela, 2011: 56].

Por outro lado, a sua portabilidade também é acentuada, já que através da tecnologia do *podcasting* os conteúdos radiofónicos podem “literalmente” ser transportados e ouvidos onde e quando se quiser, recorrendo a um leitor de mp3 [Bonixe, 2009: 341]. Além disso, com os últimos desenvolvimentos da tecnologia, podemos ouvir a emissão de rádio pela internet a partir de qualquer um dos pequenos computadores de bolso que têm surgido, desde os telemóveis de última geração aos tablets, iPads, ou mesmo aos netbooks, com elevada autonomia.

A internet permite à rádio alargar o seu raio de alcance e imiscuir-se em novos contextos. No entanto, há restrições a esta universalidade. Antes de mais é preciso ter em conta que, apesar de o número de utilizadores da internet ser bastante expressivo, a rede não chega a todo o lado, pelo que existem populações que ainda estão arredadas da possibilidade de aceder a este serviço. Mais ainda se considerarmos que para ouvir a emissão em boas condições é necessária uma ligação de banda larga, mais sofisticada. [Cordeiro, 2003: 141 e Portela, 2011: 51]

Neste sentido, a internet é uma tecnologia menos acessível, até porque envolve um maior investimento e é mais complexa em termos de funcionamento, veiculando uma mensagem multi-sensorial, que também é mais complicada. Assim, ao contrário

do que acontece com a rádio hertziana, “que se tornou apelativa às classes baixas pelo seu reduzido custo e facilidade de uso”, extremamente inclusiva e passível de ser compreendida por qualquer um, mesmo pelos que não sabem ler nem escrever, a rádio na internet “parece destinada às elites alfabetizadas”, uma vez que requer o domínio de competências específicas, como a literacia e a informática. [2011: 52]

Além disso, para que uma estação consiga efectivamente “chegar a todos e falar para todos”, obtendo uma audiência massiva, precisa de fazer investimentos significativos em servidores com grande capacidade e licenças (para o *software* que faz chegar o som em *streaming*) que autorizem a transmissão simultânea para todas essas pessoas. A “liberdade económica” que estaria associada à rádio na internet sai por isso “beliscada”, afastando a possibilidade de uma verdadeira “igualdade de acesso às condições de emissão”. De qualquer forma, criar uma rádio na web não deixa de ser mais simples e barato do que fundar uma emissora tradicional, o que tem justificado a sua “rápida” e “crescente” presença na rede. [2011: 47-48 e 50-51]

Para lá das questões do alcance e da acessibilidade, há outra que se coloca: a relação da rádio com o tempo é alterada pela absorção de uma das características inerentes ao novo meio – a memória. Através da criação de um arquivo de sons (programas, rubricas, peças jornalísticas, etc.) a simultaneidade da comunicação radiofónica com o tempo real “deixa de ser condição para o seu acompanhamento” – “o aqui e agora do emissor” não tem de corresponder ao “aqui e agora do receptor” [Portela, 2011: 54] porque é possível ouvir conteúdos que não estejam a passar naquele momento em antena – e a rádio passa “a poder repetir-se”, já que o som fica disponível online e pode ser escutado as vezes que se quiser. [Cordeiro, 2003: 142]

Assim, a criação de uma “memória da rádio” vem “desvirtuar a instantaneidade” desta forma de comunicação [2003: 142 e 207], que perde o seu carácter efémero. Contudo, ao fazê-lo dota a mensagem “de um maior alcance, de uma certa intemporalidade e ainda de condições melhoradas de compreensão” [Portela, 2011: 54], já que permite ao ouvinte ouvir a gravação as vezes que precisar, “adaptando o tempo do consumo” às suas necessidades [Cordeiro, 2003: 202].

A internet altera a relação entre o público e a informação, transformando-o num elemento activo na comunicação. Um “utilizador”, que navega pelo site, elegendo os “caminhos” que percorre e consumindo, de entre os conteúdos disponíveis (sons,

textos, imagens), aqueles que lhe interessam a cada momento, “independentemente da organização programática proposta pela emissora”. Uma rádio “à la carte”, personalizada, que promove o consumo individualizado (característica comum aos dois meios) e por isso “fecha” o ouvinte em si mesmo, “atentando” contra a colectividade – a rádio deixa de falar a todos de modo sincrónico e, como tal, deixa de ser experiência comum a todos os ouvintes e factor de coesão. [2003: 137, 140, 150, 152, 222 e 225]

Por outro lado, e como já vimos, a internet traz novas formas de interacção que tornam a comunicação verdadeiramente “bidireccional”, dialogada. Ao correio dos leitores (pela via postal), aos passatempos, programas de discos pedidos e de antena aberta (em que os ouvintes têm a oportunidade de participar na emissão pelo telefone, neste último caso comentando um tema, regra geral proposto pelo jornalista, que actua como mediador, e comentado por um ou mais especialistas), somam-se agora as formas de comunicação já identificadas no capítulo anterior: salas de conversação em tempo real (chats), fóruns de discussão, comentários a notícias, sondagens de opinião, correio electrónico, e newsletters. [2003: 151-153 e 222]

Os microfones passam a estar “sempre abertos” à participação dos ouvintes [2003: 206], que têm, de facto, a oportunidade de se manifestar, tomando parte na construção da emissão, ao participar nela, em directo, ou influenciar “o desenho das grelhas de programação ou dos produtos radiofónicos da estação”, “com as suas escolhas e atitudes” [Portela, 2011: 59]. Ou seja, a comunicação dá-se, efectivamente, nos dois sentidos, deixando-nos mais perto da concretização do desejo de Brecht:

*“A rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber: portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. A radiodifusão deveria, conseqüentemente, afastar-se dos que a abastecem e constituir os radiouvintes como abastecedores.” [in Portela, 2011: 57]*

Os programas interactivos sempre fizeram parte do leque de opções da rádio, permitindo aos ouvintes intervir em directo nas emissões. Mas nunca desta forma tão aberta, constante e imediata. A interactividade é, por isso, a característica da rádio que é mais insuflada pela internet. A principal mais-valia que traz a este, como aos outros

meios, proporcionando um “intercâmbio global”, que aproxima os ouvintes da emissora. [Cordeiro, 2003: 145 e 152]

Porém, ao mesmo tempo que nos oferece novas modalidades de consumo e participação, a rádio na internet também nos limita. A possibilidade de interagir e personalizar os conteúdos implica “disponibilidade”, “um tempo para seleccionar” o que nos interessa. “Não basta pressionar no botão ‘on’ do rádio e escolher o canal que se pretende escutar, como até aqui”. Por isso o consumo desta nova rádio “deixa de ser compatível com a prática de outras actividades”, a não ser que se resuma à escuta da emissão, de forma linear, em directo. [Bonixe, 2009: 339]

### **O papel da nova rádio**

A linguagem “hipermediática” é cada vez mais uma realidade. A internet está a provocar a “reinvenção da rádio” [2009: 340], mexendo com particularidades que julgávamos certas, inabaláveis, imutáveis, parte do ADN da rádio; o que revela que o novo meio é mais do que “apenas um suporte”, um mero “veículo que permite à rádio chegar mais longe”. Contudo, não deixa de funcionar como um complemento à emissão hertziana. Uma forma de fazer permanecer a informação e colmatar eventuais falhas, ao disponibilizar dados que por serem enunciados rapidamente, por vezes se perdem entre as várias referências feitas pelo locutor, como é o caso do nome das músicas e dos artistas que passam em antena. [Cordeiro, 2003: 173 e 226]

Além disso, online é possível “aprofundar os temas tratados na emissão sonora, conferindo-lhes maior densidade informativa” [Portela, 2011: 52], como acontece quando se fornecem dados sobre as bandas e os seus concertos (serviço de agenda), ou se desenvolvem notícias que na emissão, por questões de espaço, são reduzidas ao essencial. Ilustrar a notícia com fotografias ou vídeos, criar dossiers temáticos ou infografias são outras formas de complementar a informação, contextualizando-a e tornando mais fácil apreender o seu significado [Cordeiro, 2003: 172-173, 223-224].

De qualquer forma, a possibilidade de transmitir a emissão online e em tempo real é tida como a função mais importante do site de uma rádio, levando-a além-fronteiras. A página de uma emissora desempenha um papel importante na “criação e desenvolvimento de uma imagem de marca”, que facilite a “identificação do público com a estação”, diferenciando-a das suas concorrentes, e permite estabelecer um “vínculo” com o ouvinte, cativando-o através de um grafismo apelativo, de conteúdos

e passatempos que os entretendam, da possibilidade de “espreitar” a rádio, ficando a conhecer os seus profissionais. [2003: 172-173, 221, 224]

A internet tem vindo a afirmar-se como uma importante “montra” da estação, em que são facultados dados de carácter institucional, informações práticas sobre a programação e as equipas que se ocupam dos vários espaços da grelha, com sinopses, sons de edições anteriores e fotografias dos radialistas, que apesar de subverterem a invisibilidade até aqui associada à rádio, ultrapassando “o factor imaginação”, podem provocar “uma identificação ainda maior com o ouvinte” – a comunicação radiofónica assume um cariz “interpessoal”, permitindo ao ouvinte imaginar a “expressividade facial” de quem fala e associar as palavras às suas “características e gostos pessoais”, personalizando a comunicação. [2003: 174 e 224] Para isso contribui a possibilidade de interagir directamente com locutores e jornalistas, por e-mail ou pelas redes sociais, reforçando a relação afectiva que, por natureza, a rádio estabelece com os ouvintes.

*“O rádio continua sendo mágico, emotivo e enfim, sensitivo. Seja através do microfone de última geração ou por intermédio da transmissão digital de impecável qualidade sonora, o que o meio continua oferecendo aos ouvintes é a possibilidade de que, ao sintonizarem as suas estações preferidas, encontrem o calor humano, a simpatia, a atenção, a amizade, a companhia e a informação que procuram”* [Esch, 2001: 79].

Hoje em dia é frequente ouvir o locutor fazer referência ao site da rádio, incitando-o a passar por lá para conhecer as novidades, numa estratégia de fidelização que vai mais além, com a criação de canais temáticos, apenas disponíveis online, criados a pensar num determinado tipo de público. Uma especialização que tem vindo a fazer-se sobretudo ao nível dos géneros musicais, mas que caminha para uma fórmula mais abrangente, com a criação de canais que se dediquem a tratar temas específicos (como é o caso do Antena 1 Vida, da RTP). [Cordeiro, 2003: 175 e 204]

Ao simplificar o processo de criação e produção da rádio, a internet veio tornar possível o desenvolvimento deste tipo de projectos, que promovem a fragmentação de uma audiência já por si individualizada, uma vez que “impulsiona” a oferta de “canais dedicados” [Portela, 2011: 53] aos conteúdos mais ouvidos pelos utilizadores. Assim, a multiplicação do número de estações disponíveis, provocada pela migração de emissoras para a internet, o advento das webrádios e o desdobramento das emissões em múltiplos canais, está a fazer com que a comunicação radiofónica “abandone” a

sua concepção de meio de comunicação de massas, deixando de se estruturar em função dos gostos da maioria [Cordeiro, 2003: 203-204].

A rádio na internet “prefigura-se”, por isso, como “um meio de comunicação pessoal”, em que o *broadcasting* (modelo “clássico” de distribuição, “unidirecional”, de uma antena para múltiplos receptores) cede lugar ao *narrowcasting*, que envolve a “micro-segmentação” dos ouvintes, “pulverizados em torno de gostos, interesses ou outros valores de referência” [Vieira, Cardoso, e Mendonça, 2010: 1 e 15]. A rádio passa a definir e a definir-se em função de “um público preciso”, “de acordo com a natureza individual de cada ouvinte/utilizador”. [Cordeiro, 2003: 203]

Além disso, esta tendência para a especialização está a gerar o aparecimento de “rádios automáticas e à medida” (*drone station*), em que o ouvinte constrói a sua própria emissão, escolhendo o que quer ouvir de entre uma listagem de músicas gerada automaticamente, em função das preferências do ouvinte. “Rádios gira-discos” [Correia, 2004: 95], em que “o radialista é um sujeito ‘ciborgue’”, metade humano (o utilizador), metade máquina (o sistema informático que mediante a selecção que vai sendo feita pelo ouvinte define um “perfil de dados”, usado para produzir novas sugestões). [Vieira, Cardoso, e Mendonça, 2010: 16 e 51]

#### **II.4. A rádio de serviço público na internet e a experiência na secção de multimédia da Antena 1**

Tal como as suas principais concorrentes (Renascença e TSF) e por tudo o que tem vindo a ser enunciado ao longo da II Parte deste trabalho, a rádio de serviço público está na internet e dedica uma boa parte da sua edição online à informação. Aqui, como na emissão hertziana, as normas impostas pelo Contrato de Concessão são lei (pelo que não falaremos mais delas), mas os conteúdos assumem novos contornos, as tarefas alteram-se e os ritmos de produção ajustam-se às exigências do meio.

É sobre isso que versará este capítulo, em que analisarei o terceiro e último momento do meu estágio, que teve lugar na secção de multimédia da Antena 1, começando por fazer uma breve descrição da página do canal, inserida no site da RTP, que por sua vez reúne conteúdos produzidos tanto pela rádio como pela televisão. A final será feita um balanço de toda a experiência de estágio.

### II.4.1. O site da Antena 1

Mora em [www.rtp.pt/antena1/](http://www.rtp.pt/antena1/), no site da RTP, e acessível a partir do menu principal – barra horizontal que aparece em cima e nos acompanha em qualquer página do universo RTP, ligando-nos às principais áreas do site: Notícias (que junta conteúdos informativos produzidos pelos jornalistas da rádio, televisão e multimédia), Desporto (subsecção das Notícias, que funciona da mesma forma), Televisão (que reúne as páginas de todos os canais e toda a informação sobre os programas da televisão), Rádio (equivalente à área da televisão), RTP Play (que permite aceder aos conteúdos multimédia, como veremos a seguir) e Mais RTP (de cariz institucional).

Na página da Antena 1, em grande destaque logo no topo da página temos a possibilidade de ouvir a emissão em directo, bem como o último noticiário, um pouco mais abaixo, do lado esquerdo. No centro surge uma animação de 14 slides que se vão alternando a espaços regulares e apresentam os principais temas que estão a marcar a agenda da rádio, na informação e na programação, ilustrados por uma imagem e resumidos numa frase curta. Logo abaixo são destacadas mais notícias e assuntos da programação (por esta ordem), mas agora só com uma pequena imagem e um título.

Continuando a descer na página encontramos uma secção dedicada à programação e outra à Informação & Desporto, onde depois de mais três destaques com fotografia, se apresenta um menu que permite aceder às principais notícias de carácter geral, de desporto, notícias com áudio, reportagens com áudio e entrevistas. Nesta secção, há ainda um espaço dedicado ao cinema. Depois segue-se um espaço para as últimas dos blogues de programas da estação, outro que reúne informações úteis, como a meteorologia e os números da totolotaria, entre outros de menor dimensão, como é o caso da votação sobre qual a melhor hora do dia para ouvir rádio.

No final há atalhos para outras páginas do site, um ícone que permite partilhar, numa das 119 redes sociais identificadas, ou reenviar por e-mail o link da página actual (qualquer uma), bem como uma área de pesquisa, que é reproduzida também no topo da página. Aí, do lado direito, encontramos o menu, com links que nos reencaminham para outras páginas, onde podemos, nomeadamente, consultar a programação, aceder aos áudios disponíveis para escuta *on demand*, bem como à lista de *podcasts*.

Todos os sons e vídeos, produzidos pela rádio e pela televisão, estão alojados na página RTP Play, que permite pesquisar os conteúdos multimédia por canal, tema,

programa ou data. Nesta página há também alguns destaques e a possibilidade de assistir ou ouvir, em directo, a emissão de um dos canais da RTP – quer seja televisivo (de sinal aberto ou restrito à televisão paga) ou radiofónico (com emissão hertziana, de cariz nacional, internacional ou regional, ou difundido apenas pela web) –, com a indicação do programa que está no ar, por vezes acompanhado de uma imagem ilustrativa e de uma frase curta que resume o seu conteúdo.

#### **II.4.2. A experiência na redacção de multimédia**

Quando passei para a secção de multimédia, depois da experiência na de economia, tive de mudar novamente de espaço. Embora no mesmo edifício, a secção de multimédia fica afastada da redacção de informação da rádio, funcionando no piso zero, junto à agenda e “no caminho” para a redacção informativa da televisão. Aqui encontrei uma equipa de jornalistas repartida em dois blocos: os que trabalham para a secção de notícias do site da RTP e os que trabalham para a secção de Informação & Desporto da página da Antena 1<sup>6</sup>, sendo que foi nesta última que me integrei.

Entrava às 8h e ficava até às 16h, 17h, consoante houvesse mais ou menos trabalho a fazer, e a minha principal tarefa, à semelhança do que acontecia com os restantes colegas da Antena 1 a trabalhar nesta secção, era escrever os textos que acompanham os sons publicados na página.

A grande maioria das peças e declarações que passam nos noticiários da Antena 1, à hora certa (às meias horas fazem-se apenas sínteses informativas), são disponibilizados na página da estação e depois relacionados com as notícias e os vídeos produzidos pela outra equipa da secção de multimédia, que além de escrever os textos que são publicados, separa cada peça que sai nos noticiários da televisão (Bom dia Portugal, Jornal da Tarde e Telejornal), para que possa ser colocada no RTP Play e na área de Notícias, onde todos os conteúdos informativos convergem.

De maneira que, pela manhã, a primeira tarefa era ficar atenta aos noticiários e alinhamentos da Antena 1, para saber quais os sons que estavam a passar em antena e

---

<sup>6</sup> A página da RTP1, de cariz generalista, equiparada à página da Antena 1, uma vez que também dá mais importância à informação, não tem uma secção de informação como tem a página da Antena 1. De maneira que os seus conteúdos aparecem apenas no site das Notícias, sendo tratados pelos profissionais da secção de multimédia que pertencem ao primeiro bloco a que me referi.

para os quais era preciso escrever aqueles pequenos textos introdutórios, de cerca de 500 caracteres (por vezes menos), que resumem aquilo que é dito no som, dando o essencial da informação. Os pormenores ficam para o jornalista (quando apura a notícia a partir da redacção), repórter (quando sai em reportagem), comentador ou protagonista que toma a palavra.

Nestes textos, em que sintetizar é imperativo, aprendi que há várias questões a ter em atenção. Primeiro, que quem fala no som disponibilizado tem sempre de ser identificado, que a fonte da notícia tem de vir logo no título, para que seja facilmente encontrada através de uma pesquisa, que é preciso substituir palavras como “ontem” ou “hoje”, por outras como “esta segunda-feira” ou “no passado domingo”, porque a notícia, sendo destinada à web, poderá ser consultada em qualquer dia, pelo que aquele tipo de expressões não faz sentido e pode induzir o leitor em erro.

Além disso, deparei-me com o desafio de escrever segundo a nova ortografia, a que ainda não me adaptei, e de titular, que foi provavelmente o mais difícil, por requerer uma enorme concisão, para dar o principal da notícia em poucas palavras, e também alguma criatividade, para torná-lo apelativo. Tudo isto sem deixar de ser explicativo, já que o título tem de conter o facto e uma referência ao protagonista, para ser facilmente identificada na pesquisa (um dos primeiros avisos que recebi).

Com este exercício, que desta vez vi ser publicado, online – seguem no Anexo 2 alguns exemplos –, aprendi a ser mais sucinta. Este trabalho desafiou-me diariamente a ir directa ao ponto, a ser assertiva, declarativa, clara e objectiva, treinando-me na empreitada de identificar a notícia, o facto, o que realmente interessa de entre aquilo que é dito na peça ou na declaração que o texto introduz. Escrevi sobre todo o tipo de assuntos e uma ou duas vezes fiquei sozinha a redigir todas as notícias que havia para cobrir na informação em geral, por falta de reforços.

Para além deste trabalho, também me calhava frequentemente a tarefa de isolar, a partir do bruto da emissão, registado pelo gravador contínuo, as rubricas da manhã: Contas do Dia, Revista do Imprensa, Conselho Superior e o extinto Este Tempo. Depois bastava pô-los nas pastas destinadas aos *podcasts* da programação ou da informação (no caso do Conselho Superior), com o nome do programa e do seu autor, atribuir-lhes uma data e eles eram disponibilizados no *back office* do site.

O mesmo acontecia com os sons que passavam nos noticiários, que era preciso copiar a partir das pastas das equipas da manhã e colocar na pasta dos *podcasts* da informação, atribuindo-lhes, além da data, um tema (política, país, economia, cultura, etc.) ou retirar do gravador contínuo, tal como as rubricas, caso fossem directos de repórteres que não estavam disponíveis noutra lugar. Estes últimos eram classificados da mesma forma que os outros sons dos noticiários (data e tema).

Estas notas sobre a forma como são guardados e nomeados os sons podem parecer secundárias, mas na prática têm importância porque um som em que não seja discriminada a data não é transferido para o *back office*. Os nomes servem apenas para nos orientar na identificação do som, mas os temas, embora possam ser redefinidos, são importantes para que sejam encaminhados para a secção certa.

No final, os sons aparecem listados na página da Antena 1, acompanhados apenas de um título e uma imagem, e são disponibilizados na área de Notícias, agrupados por áreas temáticas, só ficando disponíveis para audição no site. Já as rubricas e programas são disponibilizados em *podcast*, podendo ser descarregados para o computador. Em arquivo, pelo menos durante algum tempo, ficam todos eles. Porém, não tive a oportunidade de lidar directamente com esta questão da publicação porque não tinha um e-mail da RTP que me desse acesso ao *back office*. De maneira que vi serem publicados textos meus todos os dias, muitas vezes praticamente sem alterações, mas tinham sempre de passar por alguém que os revisse e publicasse.

No que diz respeito à alteração dos destaques, alguns só podem ser alterados por jornalistas com uma permissão especial. Para mexer nos outros, mais pequenos, basta ter acesso ao *back office*. Eu não pude fazê-lo, pelo motivo enunciado, mas assisti ao desenrolar deste processo, que envolve a selecção de um título, por vezes também de uma entrada (sempre muito curta), e de uma imagem, retirada do serviço de fotografia da Agência Lusa, uma vez que a RTP não tem profissionais nesta área nem um banco de imagens para o qual todos possam contribuir. Assim, cada jornalista acaba por criar o seu próprio arquivo fotográfico, com base nas imagens da Lusa, que só permanecem em arquivo durante alguns dias, não podendo depois ser recuperadas.

No meu último dia de estágio tive ainda a experiência de escrever, com base num comunicado, uma notícia para a página do Desporto (área que não é das minhas preferidas). Apesar de a Informação e o Desporto terem páginas independentes, na

secção de multimédia não existe essa divisão – os profissionais trabalham para ambas, embora haja jornalistas que habitualmente cobrem essa área. Como referi na I Parte do relatório, a propósito da experiência na Manhã 2, o desporto tem noticiários autónomos, que, de manhã, passam às 7:32, 9:32 e 12:32, logo depois da síntese das notícias. Os sons desses noticiários também são disponibilizados no site.

Na secção de multimédia, o trabalho de produção própria passa apenas pela produção de texto. Os jornalistas da rádio e da televisão saem em reportagem, apuram as notícias, entrevistam as personalidades, e os jornalistas do multimédia introduzem esses sons e vídeos no site, fazendo-os acompanhar de um pequeno texto explicativo.

A outra equipa do multimédia e os jornalistas da Antena 1 que trabalham com o desporto redigem notícias originais, com base em telexes de agências, comunicados e declarações feitas à rádio e/ou à televisão, mas é só. Aquilo que se produz para os outros meios é aproveitado, ganha expressão online e enriquece a informação, completando-a e tornando-a multimediática. Contudo, a sensação com que fiquei, uma vez que não trabalhei directamente nesta “subsecção”, por assim dizer, é que os jornalistas do multimédia, pelo menos os mais jovens, gostariam de fazer mais. De sair em reportagem, de propor conteúdos originais ao seu público. De apostar na fotografia, na infografia, em vídeos próprios, tirando maior partido das ferramentas que a internet põe ao seu dispor e dos meios técnicos de qualidade que a RTP tem.

Quanto à equipa onde estive, comparando com a redacção de informação, as rotinas são bem diferentes, mas não deixam de girar à sua volta. O trabalho é mais fechado, mais virado para dentro, para o que se está a fazer na estação, para o que está a passar na emissão, deixando para os jornalistas da rádio a tarefa de auscultar a sociedade. No entanto, aqui também se vive uma constante corrida contra o tempo.

No jornalismo para a web, como no jornalismo radiofónico, a velocidade é uma obsessão. Ser o primeiro a dar informação, disponibilizá-la rapidamente, libertá-la para a rede assim que é conhecida. Na internet podem não existir deadlines que definam o momento exacto em que a informação tem de ser publicada, mas isso faz com que a deadline seja sempre “o minuto seguinte” [Lasica in Castanheira, 2004: 174], o minuto imediatamente antes da publicação por outro órgão de comunicação. Porém, como não somos omnipresentes, não sabemos se o outro já tem a informação e em que fase

da sua preparação está. Estamos sempre com pressa de terminar. O mais rapidamente que for possível fazer bem, eu diria que é essa a deadline do ciberjornalismo.

Assim, ao chegar à secção de multimédia deparei-me com uma azáfama diferente, mas igualmente comandada pelo relógio. Em vez de as notícias terem de estar prontas até à hora certa, o cronómetro começa a contar a partir do momento em que vão para o ar. Pelo que antecipar as que vão ser transmitidas passou a ser a minha estratégia para tê-las prontas a tempo. Ao fim da manhã há um período mais calmo, porque às 11h há só uma síntese das notícias, mas de resto, num dia normal, depois de cada noticiário há sempre novidades para o site.

As notícias, que durante o meu estágio eram apresentadas de forma diferente (entretanto houve uma reestruturação na área de Notícias, que tive em conta na descrição do site), normalmente são acompanhadas de fotografia, vídeo ou som.

A hipertextualidade está patente essencialmente na forma como os artigos são relacionados entre si, em função do tema, raras vezes sendo incluída no texto. Há poucos links de ligação a mais contexto, e nesse sentido as potencialidades da escrita hipertextual, segundo a estrutura da pirâmide deitada, caracterizada anteriormente, também não é posta em prática – uma potencialidade ainda pouco explorada nos sites de notícias em geral. De qualquer forma procura-se criar notícias breves, de fácil leitura e apreensão, e os subtítulos são comuns entre as mais extensas.

Em termos de interactividade, como referi no ponto anterior, é possível partilhar as páginas do site, bem como as suas notícias, numa enorme variedade de redes sociais, mas a RTP não está em todas elas. Tem contas no Youtube, no Sapo Vídeos, no Flickr, no Foursquare, no Google +, Facebook e Twitter, sendo que é nestas duas últimas que tem uma presença mais activa, publicando aí notícias diariamente. No caso específico da Antena 1, parte dos destaques da página são encaminhados para o Facebook – outra das tarefas da equipa, mas que não cheguei a desempenhar.

Nas redes sociais, as notícias podem ser comentadas, como qualquer outro conteúdo partilhado, mas no site da RTP só existem caixas de comentários nalgumas notícias, e apenas nas que são compostas exclusivamente por texto.

Além disso, as notícias são munidas de várias ferramentas: Corrigir, que liga ao Microsoft Outlook para o utilizador notificar a estação de que existem erros no texto;

Leia-me, que activa uma voz mecânica que verbaliza o texto da notícia e torna possível fazer o download desse áudio; Imprimir; Enviar, por e-mail, uma vez mais ligando ao Microsoft Outlook; Aumentar ou Diminuir o tamanho da letra. Ferramentas que tornam o texto acessível e manipulável, adaptando-se às necessidades do utilizador.

Outra funcionalidade interessante que o site disponibiliza, é a possibilidade de criar “o meu noticiário” ou “o meu telejornal”, pela selecção e ordenamento dos sons ou vídeos que queremos ouvir – uma forma de personalizar a informação, ajustando-a aos nossos tempos e aos nossos interesses, tal como foi teorizado no capítulo anterior.

Memória, multimedialidade, convergência (de conteúdos e de esforços), hipertextualidade, imediatismo, interactividade e personalização, todas estas características, próprias do ciberjornalismo, estão patentes no site da RTP e na página da Antena 1. A relação entre a rádio e o multimédia é muito estreita, já que a página da estação espelha aquilo que se passa na emissão, assumindo esse como o seu principal papel. Em termos de informações adicionais, o site ganha muito pelo facto de congregar conteúdos com diferentes proveniências – rádio, televisão e multimédia.

Além das notícias, mais comuns e valorizadas, também se disponibilizam reportagens, entrevistas, e rubricas de cariz informativo (como as que referi), o que enriquece o site. No entanto, apesar de a existência de bons sons, boas fotografias e/ou vídeos ser importante ao decidir que destaque dar à informação, nomeadamente em termos de posição na página e tempo de permanência nesse local, isso não é condição para que a notícia seja publicada, até porque muitas são dadas só em texto.

Com efeito, os elementos multimédia são valorizados, mas em função do seu conteúdo e da raridade da informação – se for um exclusivo RTP tendencialmente será mais insinuado. De resto, o que interessa é dar a notícia, tão rapidamente quanto possível, sem olhar ao facto de ter som ou vídeo que a acompanhe ou explique. Quando existe é sempre uma mais-valia, mas isso não funciona como uma limitação.

### **II.4.3. Balanço final do estágio**

Numa perspectiva global, eu diria que o meu estágio correu bem. O balanço é positivo, já que para lá de todas as experiências e conhecimentos que colecionei, fui em crescendo, produzindo cada vez mais textos e assumindo um papel mais activo,

como o demonstra a enorme quantidade de pequenas notícias que escrevi durante a última fase, na secção de multimédia.

Em cada momento do meu estágio tive a oportunidade de conhecer pessoas novas, espaços e tarefas diferentes, mais e mais focalizadas, uma vez que passei de um turno em que se cobria a actualidade, tratando-se de tudo um pouco, para outro em que trabalhava apenas com assuntos de economia, e para no fim, embora voltando a lidar com todo o tipo de temas, me centrar numa função mais restrita e previsível, do ponto de vista da organização do dia-a-dia na redacção.

Na Manhã 2 pude observar o modo como tudo funciona, como tudo se alinha para que os noticiários – o único formato com que contactei directamente – vão para o ar todos os dias à hora certa. Aprendi a lidar com os programas informáticos da estação, a usar o *Mini-Disc*, o microfone e os sistemas de som do estúdio de gravação. Deixei-me desafiar pelas conferências a que assisti, procurando convertê-las em notícias, pequenas reportagens que não eram tão pequenas quanto deveriam ser...

Além disso, e como referi, aprendi muito sobre os assuntos que à época marcavam o dia noticioso. E mais ainda na segunda fase do estágio, na secção de economia, em que adquiri alguns conceitos que hoje me ajudam compreender melhor as notícias desta área. O chamado “economês”, que mais do que nunca está nas capas dos jornais e nas notícias de abertura de noticiários e telejornais.

A escrita das notícias e o modo como devem ser ditas ao microfone foi outra lição, e principalmente nesta fase. Identificar a notícia, dizê-la por palavras simples e de forma tão fluente e natural quanto possível.

Vi a redacção encher-se e esvaziar-se hora após hora, dia após dia. Entidade com vida própria, uma cadência, um ritmo. Fluxo de pessoas e de ideias, de ecrãs, conteúdos e problemas. Durante o meu estágio, pude captar esse pulsar, deixar-me levar pelo reboliço, sempre temperado com boa disposição, vozes que brincam, dialogam, discutem, trabalham. Voz, principal instrumento ao serviço da rádio. Índice do radialista, marca da presença humana num universo essencialmente técnico.

A rádio personifica-se no comunicador, quer seja locutor ou jornalista. Naquele que está por de trás do microfone e comunica, com sons e silêncios [Correia, 2004:

17], dá vida à mensagem e à própria estação, preenchendo o espaço, gerindo as mensagens, configuradas por forma a atingir objectivos concretos.

No arranque desta década a internet tem sido um dos ruídos que mais se eleva de entre a multidão das mensagens que diariamente nos interpelam e nos tentam seduzir. Um meio em clara expansão, que reúne cada vez mais utilizadores, é extremamente absorvente e aglutinador, albergando todo o tipo de conteúdos, sob as mais variadas formas. Um universo que tive a oportunidade de espreitar durante a última fase do meu estágio e me permitiu investigar a questão que me guiou a este trabalho: perceber como é que a internet se liga à rádio, como se dá a comunicação, como se articula o trabalho e se dividem as tarefas.

Na prática percebi que existem dois núcleos separados. Os profissionais da rádio e os profissionais do multimédia. Duas secções que funcionam em espaços físicos distintos, com equipas próprias, perfeitamente independentes. Na rádio produzem-se notícias, peças em áudio, no online disponibilizam-se esses conteúdos, e outros elaborados pelos jornalistas da televisão, relacionando-os através de hiperligações, produzindo notícias escritas e fazendo-as acompanhar de imagens, sons ou vídeos, numa convergência de conteúdos e de esforços que contribui para tornar o site verdadeiramente multimédia, e por isso mais rico.

O que passa nos espaços informativos dos vários canais radiofónicos e televisivos encontra aqui um novo espaço, circulando facilmente através dos programas informáticos da redacção (os sons são colocados na rede e podem ser usados por qualquer um, independentemente do canal a que pertença), ganhando projecção na rede e permitindo ao ouvinte ou telespectador interagir com a informação de uma outra forma, partilhá-la, comentá-la, voltar a vê-la ou a ouvi-la.

Porém, apesar de o site ser um exemplo de convergência, a meu ver bem sucedida, o contacto interpessoal, directo, entre os profissionais dos vários sectores é reduzido. O profissional da rádio não se imiscui no trabalho do profissional do multimédia, e o mesmo acontece no sentido inverso. Cada um desempenha a sua função, a partir do seu próprio nicho, da sua redacção.

Não há por sistema uma troca de ideias entre os dois lados, pelo menos não ao nível dos jornalistas “comuns” que dia-a-dia actualizam o site. De qualquer forma, acredito que isso tem que ver com o facto de as rotinas de produção estarem bastante

consolidadas. Nesta engrenagem cada elemento sabe qual é o seu papel e quando necessário os telefones e o sistema de mensagens instantâneas do *software* da empresa, são a ponte que permite esclarecer dúvidas, fazer sugestões e corrigir falhas – tal como tive a oportunidade de presenciar por mais do que uma vez.

Eu diria que a secção de multimédia é o elo de ligação entre as várias redacções de informação da RTP, desempenhando um papel importante, ao conferir unidade ao trabalho que se faz dos dois lados da empresa, já que existem direcções de informação independentes. Apesar de não participar na apuração das notícias, lá fora, a secção tem a capacidade de cobrir os assuntos que marcam a agenda do dia, desenvolvendo-os com base nas informações de que dispõe na redacção (notícias de agência, dados oficiais, jornais de referência, etc.) e nos conteúdos que lhe chegam, já prontos, da rádio e da televisão, adaptando-os às características da internet.

Pelo menos foi esta a sensação com que fiquei. Uma redacção que se torna polivalente por reunir todas estas vertentes, mas em que não se materializa o mito do “jornalista multiuso”, “convertido, graças às ferramentas digitais, numa espécie de ‘canivete-suíço’ da comunicação” [Valcarce e Marcos, in Bastos, 2008: 105].

De facto, os jornalistas do multimédia, principalmente aqueles que trabalham especificamente para a área de Notícias, por articularem mais tipos de conteúdos, têm de dominar outras ferramentas para além do *software* de captação e edição de som que é usado na rádio. Trabalham também, e sobretudo, com programas de tratamento de imagens, estáticas ou em movimento, outros que lhes permitem actualizar o site e manipular bases de dados. Mas não fazem tudo sozinhos.

Repartem tarefas com os colegas da rádio e da televisão, articulando e editando os conteúdos que eles produzem. Têm é de “saber complementar o som com o texto, com imagens, com gráficos” [Melo, 2001: 58] e de ser capazes de “pensar informativamente” [Bastos in JN de 12 de Dezembro de 2010], tal como qualquer jornalista. Profissional que se rege pelos princípios básicos de “rigor, equilíbrio, justeza, independência, comunidade e transparência” [Kolodzy in Bastos, 2008: 118], e cumpre funções de recolha, selecção, processamento e edição (de texto, áudio e/ou vídeo). É lhe é cada vez mais exigida uma sólida “formação cultural” e uma “maior e melhor especialização técnica” [Melo, 2001: 58].

*“O comunicador de rádio tem de estar consciencializado que o importante vai ser o que está dentro da sua cabeça. A ideia surge à frente de tudo e só depois vem a pergunta sobre qual a melhor tecnologia para pôr em prática aquela ideia. Não é o inverso, ou seja, «que ideia é que hei-de ter para esta tecnologia».” [2001: 59]*

Na web cabem todos os tipos de conteúdos, as informações podem ser tratadas das mais diversas formas e há espaço para uma quantidade infindável de dados, ficando nas mãos do utilizador eleger o que quer consumir, personalizando a forma de recepção. Escolhendo quando, como e onde. Contudo, isso não significa que o jornalista se possa limitar a “pôr na prateleira” [2001: 59] a informação disponível, demitindo-se da sua função de seleccionar a notícia e a forma de abordagem que poderá servir melhor os objectivos da comunicação e fazer passar a mensagem.

Num contexto em que “a notícia tende a perder a sua centralidade” [Bastos, 2008: 115], dissolvendo-se na vastidão de conteúdos disponíveis, o jornalista torna-se ainda mais importante, assumindo o “papel de gestor da informação e intérprete da complexa realidade apresentada pelos próprios meios de comunicação” [Bastos, 2008: 117]. E tudo isto porque mais informação não é sinónimo de mais esclarecimento. A sobreabundância pode mesmo gerar desinformação (até porque há muitos dados de origem desconhecida que não sabemos se são de confiança), de maneira que continuamos a precisar de quem nos organize a informação e nos guie.

*“O ‘gatekeeper’ tem o futuro assegurado. O jornalista, enquanto mediador e decodificador da informação, continua a ser necessário. É essa a firme convicção de Florence Santrot: «(...) O trabalho do jornalista não é apenas o de difundir a informação. É cada vez mais trabalhá-la, decompô-la, perspectivá-la, compará-la. E reportar da maneira mais honesta e responsável, fornecendo aos leitores os factos contextualizados e ponderados».” [Castanheira, 2004: 176]*

Assim, mesmo já não detendo o “monopólio da informação” [Bastos in JN de 12 de Dezembro de 2010], a credibilidade do trabalho jornalístico coloca-o na linha da frente quando o utilizador precisa de se informar. As pessoas confiam nas suas palavras, especialmente se forem divulgadas por um órgão de comunicação social com existência para além do ciberespaço, como é o caso da RTP. O nome da empresa, o peso das fontes utilizadas, o facto de os jornalistas se regerem por “umas convenções e uma deontologia aceites socialmente” [Stovall in Bastos, 2008: 86], conferem esse estatuto especial aos seus sites de notícias.

## Conclusão

*“O rádio meio de transmissão – o das ondas de radiofrequência – deixou de ser referência para definir o rádio meio de comunicação. Este, o do radialista, passou a ser transmitido também por cabo, internet, satélite. Aquele, o do engenheiro, passou a transmitir dados, imagens, telefonia celular. A realidade mudou, os conceitos ficaram para trás, ninguém explicou isso, ninguém consegue entender mais nada.”*

[Meditich, 2008: 4]

Com a chegada à internet, a rádio tal como foi definida na I Parte deste trabalho e sistematizada por Eduardo Meditsch, “composição sonora invisível de palavra, música, ruído e silêncio, enunciada em tempo real” [1997: 11], deixou de existir apenas nesta forma. Agora juntam-se-lhe outros elementos, da imagem, estática ou em movimento, à hiperligação, ao arquivo, novas formas de interagir com o público e de personalizar a informação. As emissoras transformam-se em operadoras de “portais” online [Esch, 2001: 86], sites que fazem muito mais do que transmitir a emissão radiofónica, que pode ou não existir para lá do ciberespaço.

Os avanços tecnológicos dos últimos anos possibilitaram o desenvolvimento desta nova ferramenta que é a internet, trouxeram a digitalização, a “convergência de recursos de informática”, contribuindo para melhorar a qualidade do som da rádio, pela introdução de novas técnicas de gravação, manipulação e transmissão [2001: 79 e 84]. Tornaram a comunicação mais fácil, fizeram a informação circular à velocidade da luz, “tecnologias para a liberdade” [Melo, 2001: 60], que tornaram imperativo que os meios de comunicação social existentes, a rádio incluída, se transferissem para o novo meio, sob pena de serem esquecidos, tornados obsoletos e info-excluídos.

Ao longo dos últimos anos, a rádio tem vindo a “reinventar-se”, para se adaptar às características do novo meio, num processo que envolve muito mais do que uma mera operação de cosmética. Trata-se de “(re)elaborar a partir de referências já consolidadas até então no nosso bom e ‘velho rádio’, novos modos de operação técnica, de produção e de exploração económica que consigam manter, ampliar e diversificar o alcance do meio”. [Esch, 2001: 85-86] Que o torne sustentável, auto-suficiente, que lhe permita funcionar de forma autónoma, sem se sujeitar a pressões

financeiras, e sempre produzindo um jornalismo de qualidade, que faça chegar a sua mensagem ao outro lado, de forma completa e esclarecedora.

Porém, há um preço a pagar por tudo isto. Esta reestruturação levou a rádio a abdicar de algumas das características que até aqui a definiam, que eram parte do seu ADN, como o facto de a comunicação radiofónica ser invisível, composta apenas por som, e de emitir em tempo real, no tempo do ouvinte, acompanhando-o enquanto leva a cabo as tarefas do seu dia-a-dia, fugaz, efémera e irrepitível. Para caber nos moldes que definem a comunicação virtual, absorveu as suas características, assumindo uma dupla personalidade.

Ao migrar para o online e converter-se à sua linguagem, a rádio tornou-se bipolar, difícil de definir e delimitar. Agora há duas rádios distintas, bem distintas, dentro do mesmo conceito. Uma que é etérea, imaginada, difícil de agarrar e de fixar na memória, actividade secundária em que não conseguimos concentrar-nos por muito tempo, a outra térrea, visual, presa a um suporte palpável a que precisamos de dar a máxima atenção para dominarmos e tirarmos o máximo partido das suas potencialidades. Duas fórmulas incompatíveis em termos de objectivos, uma vez que têm características mutuamente exclusivas (uma rádio não pode ser visível e invisível ao mesmo tempo), mas que não deixam de se complementar. Que podem coexistir, cada uma no seu domínio, no habitat em que nasceu e ao qual está perfeitamente adaptada, cumprindo funções distintas, em universos paralelos.

Assim, eu diria que a transferência da rádio para a internet provocou o alargamento do seu conceito, enriquecendo a sua performance, permitindo-lhe chegar mais longe, dilatar o seu raio de alcance, imiscuir-se em novos contextos, assumindo novas formas, integrando novos gadgets de última geração.

A rádio hertziana continua a existir, difundida através das ondas electromagnéticas, emissão incorpórea, mágica, misteriosa, mas não é a única fórmula existente. Pode ser complementada pela consulta do seu site na web, desvirtuando algumas das suas características, mas acrescentando-lhe outras, igualmente interessantes. A possibilidade de conhecer as vozes que estão do outro lado da emissão, interagindo directamente com elas, de forma interpessoal, encontrando na página da estação uma fonte inesgotável de informações e novos canais que vão ao encontro dos seus interesses e necessidades.

A escolha fica nas mãos do ouvinte, que pode continuar a receber a emissão da forma tradicional, fazendo dela companhia de todas as horas, mas pode também interagir com ela, escutando só o que lhe interessa. Eu acredito que a rádio tem mais a ganhar do que a perder com esta extensão para o universo virtual da internet. Aliás, apesar das “previsões catastróficas”, que tendem a irromper quando surgem novos meios de comunicação e pressagiam o desaparecimento dos que os precedem, até aí dominantes, não é isso que se tem passado [2001: 86].

*“Ao longo da história sempre o velho e o novo se confrontaram numa luta inevitável de que um deles confia ter de sair forçosamente vencedor. E, no entanto, a experiência vem demonstrando que isso raramente acontece.”* [Melo, 2001: 121]

A excepção parece ser o CD [2001: 121-122], que de facto fez desaparecer do mapa as cassetes, as disquetes e mesmo os discos de vinil, hoje muito populares como objecto de colecção. Porém, olhando aos meios de comunicação social, a verdade é que os jornais sobreviveram à rádio, a rádio sobreviveu à televisão, e agora, perante a ameaça global que a internet faz pairar sobre todos, focando apenas aquele que é objecto deste trabalho, os autores estudados são unânimes em considerar que a rádio, não só a que se propaga pela internet mas também a hertziana, continuará a existir.

Tal como tem demonstrado ao longo das décadas, nomeadamente quando se confrontou com o aparecimento da televisão que, como vimos no primeiro capítulo, lhe provocou um forte abalo, obrigando-a a redefinir a sua identidade e o seu papel na sociedade, a resiliência e a flexibilidade são qualidades que lhe assistem. A rádio tem evoluído ao longo do tempo, “num terreno mediático nem sempre favorável”, mas sempre conseguindo adaptar-se à mudança, “quer do desenvolvimento tecnológico, quer dos seus usos sociais”. [Vieira, Cardoso e Mendonça, 2010: 2, 8 e 10]

E tudo isto por ser compatível com o *multitasking*, passível de ser utilizada em vários contextos (no carro, em casa, através de um aparelho móvel, do rádio fixo, da internet, etc.), ubíqua (conseguindo estar em toda a parte ao mesmo tempo, através de novos dispositivos, cada vez mais pequenos) e por ter tabelas de publicidade mais baixas do que os outros media. “Características únicas” que, segundo o relatório do OberCom “Os novos caminhos da Rádio” lhe têm valido a sobrevivência. [2010: 2 e 8]

Nos dias de hoje estas são armas que continua a ter ao seu dispor, assim como o facto de corresponder a um “conceito simples e maduramente estabelecido”, de fácil

utilização e acesso livre, de permitir a difusão de notícias de última hora em tempo real, ser afectivo, próximo dos ouvintes, multiplataforma e trans-hertziano. [2010: 8-9]

Porém, num contexto de “superabundância” informativa como aquele em que vivemos hoje, em que as solicitações chegam de todo o lado, da televisão, dos cartazes publicitários, da internet, dos múltiplos ecrãs que nos rodeiam e sem os quais já não sabemos viver, e o indivíduo se depara com uma enorme quantidade de conteúdos, “altamente exigentes da sua atenção” – “principal recurso escasso” desta era –, é a sua “vulnerabilidade” do passado, que lhe abre mais portas no futuro. A rádio foi relegada para segundo plano, vencida pela imagem animada, mas hoje é precisamente por ser invisível, reivindicando “apenas o sentido auditivo” e, por isso, não requerendo toda a nossa atenção, que representa uma mais-valia perante este cenário. [2010: 11 e 13]

*“Num mundo onde a imagem é sedutora, mas ao mesmo tempo invade a escolha de se estabelecer ou não contacto (vínculo), pois se dá a ver excessivamente em qualquer situação do quotidiano, o ouvir torna-se um modelo de interacção alternativo e menos invasivo e mais contextualizado, já que propõe e não promove a interacção emocional com aquele que se permite ouvir.” [Velho, 2009: 5]*

De maneira que a rádio hertziana, a “das ondas de radiofrequência” continuará a “conviver” com a internet, tal como tem acontecido até agora e como se passou antes com as tecnologias que a precederam, tirando partido das últimas inovações para se “fortalecer” e “aperfeiçoar” [Meditsch, 2008: 3-4], confirmando uma vez mais o seu carácter resiliente e “multifacetário”. [Esch, 2001: 88]

A rádio é “prestação de serviços, informação, entretenimento, companhia para os solitários e música” [2001: 88-89], um “estilo comunicacional”, “muito adaptável ao meio tecnológico (analógico ou digital) no qual é operacionalizada”. “Versatilidade multi-plataforma” que “favorece a sua permanência num terreno tecnológico muito diferente daquele em que nasceu” [Vieira, Cardoso e Mendonça, 2010: 13], e em que continua a ter lugar cativo.

*“A utilidade deste tipo de serviço não está e nem será superada tão cedo em nossa civilização. Cada vez mais, as pessoas vão precisar ser informadas em tempo real a respeito do que está acontecendo, no lugar em que se encontrem, sem paralisar as suas demais atividades ou monopolizar a sua atenção para receber esta informação.” [Meditsch, 2008: 4 e 5]*

## Bibliografia

### Livros, artigos e enciclopédias:

BAUMWORCEL, Ana (2001), *Radiojornalismo e sentido no novo milénio*, in “Desafios do rádio no século XXI”. São Paulo: INTERCOM/ Rio de Janeiro: UERJ, pp. 109 a 116.

BASTOS, Helder (2005), *Ciberjornalismo e Narrativa Hipermedia*, in Revista Prisma.com, edição nº 1. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-e-narrativa-hipermedia.pdf>.

BASTOS, Helder (2008), *Ciberjornalistas em Portugal: práticas, papéis e ética*. Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa. Edição policopiada.

BASTOS, Helder (2009), *Da implementação à estagnação: os primeiros doze anos de ciberjornalismo em Portugal*. Actas VI Congresso da SOPCOM. Universidade Lusófona de Lisboa. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-da-implementacao-a-estagnacao.pdf>.

BONIXE, Joaquim Luís (2003), *As rádios locais em Portugal: Informação e função social – uma análise dos noticiários das rádios do distrito de Setúbal*. Tese de mestrado, Universidade Nova de Lisboa. Edição Policopiada.

BONIXE, Joaquim Luís (2009), *A informação radiofónica: rotinas e valores-notícia da reprodução da realidade na rádio portuguesa. A internet como cenário emergente*. Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa. Edição Policopiada.

CANAVILHAS, João (2002), *Texto inteligente e qualidade (quase) zero*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-texto-inteligente-qualidade-zero.pdf>.

CANAVILHAS, João (2004), *A internet como memória*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-internet-como-memoria.pdf>.

CANAVILHAS, João (2006), *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>.

CANAVILHAS, João (2008), *Hipertexto e recepção de notícias online*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-hipertexto-e-recepcao-noticias-online.pdf>.

CASCAIS, Fernando (2001), *Dicionário de Jornalismo, as palavras dos media*. Lisboa/São Paulo: Editorial Verbo.

CASTANHEIRA, José Pedro (2004), *No reino do anonimato. Estudo sobre jornalismo online*. Coimbra: MinervaCoimbra.

CARVALHO, Alberto Arons de (2009), *A RTP e o Serviço Público de Televisão*. Coimbra: Edições Almedina.

CORDEIRO, Paula (2003), *A rádio em Portugal. Consensos, dialogismos e interactividade: da palavra analógica ao ouvido digital*. Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa. Edição policopiada.

CORDEIRO, Paula (2004), *A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas da evolução*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>.

CORREIA, Fernando (2004), *A rádio não acontece... faz-se*. Lisboa: Sete Caminhos.

CRISTO, Dina (2005), *A rádio em Portugal e o declínio do regime de Salazar e Caetano (1958-1974)*. Coimbra: MinervaCoimbra.

CRUZ, João Cardoso da (2002), *Introdução ao estudo da comunicação: imprensa, cinema, rádio, televisão e redes multimédia*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

ESCH, Carlos Eduardo (2001), *O futuro dos comunicadores e a reinvenção do rádio*, in "Desafios do rádio no século XXI". São Paulo: INTERCOM/ Rio de Janeiro: UERJ, pp. 77 a 90.

GONÇALVES, Rui Fernando Mendes (1994), *Definição e análise dos valores jornalísticos de uma experiência de rádio-jornalismo em Portugal – o projecto informativo TSF-Rádio Jornal (1988-1993)*. Tese de mestrado, Universidade Nova de Lisboa. Edição policopiada.

KLÖCKNER, Luciano e BRAGANÇA, Maria Alice (2001), *Radiojornalismo de serviço: AM e FM em tempos de internet*, in "Desafios do rádio no século XXI". São Paulo: INTERCOM/ Rio de Janeiro: UERJ, pp. 151-167.

KLÖCKNER, Luciano (2008), *O Repórter Esso: a síntese radiofónica mundial que fez história*. Porto Alegre: AGE/ Porto Alegre: EDIPUC.

MEDITSCH, Eduardo (1995), *Sete meias verdades e um lamentável engano acerca do radiojornalismo*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-meias-verdades.pdf>.

MEDITSCH, Eduardo (1997), *A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual electrónico*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discurso-radiojornalismo.pdf>.

MEDITSCH, Eduardo (1999), *A rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Coimbra: Minerva.

- MEDITSCH, Eduardo (2008), *O ensino do radiojornalismo em tempos de internet*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-ensino-do-radiojornalismo.pdf>.
- MENESES, João Paulo (2006), *As dez rádios mais ouvidas em Portugal: os formatos nas estratégias de programação*. Disponível em: <http://formatosdaradio.no.sapo.pt/>.
- MELO, Rui de (2001), *A Rádio e a Sociedade de Informação*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- NETO, Pedro Pereira (2006), *Os diários generalistas portugueses na internet*, in “Comunicação e Jornalismo na Era da Informação”. Porto: Campo das Letras.
- PORTELA, Pedro (2011), *A rádio na internet em Portugal: a abertura à participação num meio em mudança*. Ribeirão: Edições Húmus.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1985), *O Campo dos media*. 2ª edição, Lisboa: Veja.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (2000), *Dicionário Breve da Informação e da Comunicação*. Lisboa, Editorial Presença.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (2010), *As técnicas da comunicação e informação*. 2ª edição, Lisboa: Editorial Presença.
- RIBAS, Beatriz (2005), *A narrativa webjornalística: um estudo sobre modelos de composição no ciberespaço*. Tese de Mestrado, Universidade Federal da Bahia. Disponível em: [http://grupojol.files.wordpress.com/2011/04/2005\\_ribas\\_dissertacao.pdf](http://grupojol.files.wordpress.com/2011/04/2005_ribas_dissertacao.pdf).
- SANTOS, Rogério (1998), *Os Novos Media e o Espaço Público*. Lisboa: Gradiva – Publicações, L.<sup>da</sup>.
- SANTOS, Rogério (2000), *Nos 75 anos da rádio em Portugal – Histórias de Pioneiros*, in Revista do Observatório de Comunicação (OberCom) nº2, pp. 127- 136. Disponível em: <http://www.obercom.pt/content/35.np3>.
- SANTOS, Rogério (2006), *A rádio em Portugal: Estado da Arte em 2006*, in Anuário da Comunicação 2005/2006, pp. 220 a 223. OberCom. Disponível em: [http://www.obercom.pt/client/?newsId=342&fileName=anuario\\_2005\\_2006.pdf](http://www.obercom.pt/client/?newsId=342&fileName=anuario_2005_2006.pdf).
- SERRA, Paulo (2006), *A credibilidade da informação na Web*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-web.pdf>.
- SILVA, Jorge Guimarães (2002a), *A rádio em datas no mundo*. Disponível em: <http://telefoniam.no.sapo.pt/datesworld.htm>.
- SILVA, Jorge Guimarães (2002b), *A rádio em datas em Portugal*. Disponível em: <http://telefoniam.no.sapo.pt/datesportugal.htm>.

SILVA, Jorge Guimarães (2003a), *Glossário de termos de rádio*. Disponível em: <http://telefonია.no.sapo.pt/glossary.htm>.

SILVA, Jorge Guimarães (2003b), *A Emissora Nacional de Radiodifusão (EN)*. Disponível em: <http://telefonია.no.sapo.pt/en.htm>.

SOUSA, Jorge Pedro e AROSO, Inês (2003), *Técnicas jornalísticas nos meios electrónicos – princípios de radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo on-line*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.

TRAQUINA, Nélson (2007), *O que é Jornalismo?*. 2ª edição, Lisboa: Quimera.

VEIGA, João Conde (1992), *Introdução ao estudo da Comunicação Social*. Porto, Fundação Fernando Pessoa.

VELHO, Ana Paula Machado (2009), *O rádio sob os olhos de uma profissional do jornalismo*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-velho-radio.pdf>.

VERBO: Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura (2002). Edição Século XXI, Lisboa/São Paulo: Editorial Verbo, 1980-1995 – vol. 4, 13, 14 18, 19 e 24.

WOLF, Mauro (2003), *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Editorial Presença.

### **Artigos publicados online e sites consultados:**

ANACOM, *Internet atinge 2 mil milhões de utilizadores em 2010*. 17 de Fevereiro de 2011. Disponível em: <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1072009>.

ANTENA 1. Disponível em: <http://www.rtp.pt/antena1/>.

ANTENA 2. Disponível em: <http://www.rtp.pt/antena2/>.

ANTENA 3. Disponível em: <http://www.rtp.pt/antena3/>.

BASTOS, Helder, *“Jornalismo é o grande perdedor do ciberespaço”*. Jornal de Notícias, 12 de Dezembro de 2010. Disponível em: [http://www.in.pt/Domingo/Interior.aspx?content\\_id=1732900](http://www.in.pt/Domingo/Interior.aspx?content_id=1732900).

CIDADE FM. Disponível em: <http://cidadefm.clix.pt/>.

GRUPO MARKTEST, *Glossário de termos*. Disponível em: <http://www.marktest.com/wap/a/glossary.aspx>.

MEGA HITS. Disponível em: <http://megahits.sapo.pt/>.

PALO ALTO WEEKLY. Disponível em: <http://paloaltoonline.com/weekly/>.

RÁDIO COMERCIAL. Disponível em: <http://radiocomercial.clix.pt/>.

RFM. Disponível em: <http://rfm.sapo.pt/>.

RTP. Disponível em: <http://www.rtp.pt/homepage/>.

RTP. *Obrigações de serviço público e termos contratuais da prestação de serviço público*. Disponível em:

<http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/missaoradio.php>.

TSF. Disponível em: <http://www.tsf.pt/paginainicial/>.

### **Legislação:**

Constituição da República Portuguesa (Lei Constitucional n.º1/2005, de 12 de Agosto – sétima revisão constitucional). Disponível em: <http://dre.pt/util/pdfs/files/crp.pdf>.

Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão, de 30 de Junho de 1999.

Disponível em:

[http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/regulamentos\\_pdf15.php](http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/regulamentos_pdf15.php).

Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, de 24 de Dezembro). Disponível em:

[http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/regulamentos\\_pdf4.php](http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/regulamentos_pdf4.php).

Lei n.º 8/2007, de 14 de Fevereiro, que aprova a lei que procede à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão e inclui, em anexo, os estatutos da Rádio e Televisão Portuguesa S.A.. Disponível em:

<http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/estatutos.php>.

### **Estudos estatísticos e documentos:**

AMARAL, Sandra, CARDOSO, Gustavo e SPANHA, Rita (2006), *As rádios portuguesas e o desafio do (on)line*. OberCom. Disponível em:

<http://www.obercom.pt/client/?newsId=30&fileName=wr3.pdf>.

ANACOM (2011), *Quadro Nacional de Atribuição de Frequências 2010/2011*. Disponível em: <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1091654>.

ERC (2011), *Relatório de Regulação 2010 - volume 1*. Disponível em:

<http://www.erc.pt/documentos/Relatorios/v1-erc-rr-2010/index.html>.

INE (2012), *Acessos à internet*. Disponível em:

[http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_indicadores&indOcorrCod=0000384&contexto=bd&selTab=tab2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000384&contexto=bd&selTab=tab2).

PAISANA, Miguel, VIEIRA, Jorge CARDOSO, Gustavo e ESPANHA, Rita (2011), *A Rádio em Rede – Sociedade Portugal 2010*. Obercom. Disponível em:  
[http://www.obercom.pt/client/?newsId=548&fileName=fr\\_sr\\_maio\\_2011\\_radio.pdf](http://www.obercom.pt/client/?newsId=548&fileName=fr_sr_maio_2011_radio.pdf).

RTP (2011), *Fim da rede DAB na RTP*. Comunicado disponível em:  
<http://www.rtp.pt/icmblogs/rtp/comunicacao/?k=FIM-DA-REDE-DAB-NA-RTP.rtp&post=33230>.

TABORDA, Maria João, ESPANHA, Rita e CARDOSO, Gustavo (2011a), *Anuário da Comunicação 2009-2010*. OberCom. Disponível em:  
[http://www.obercom.pt/client/?newsId=28&fileName=anuario\\_comunicacao\\_09\\_10.pdf](http://www.obercom.pt/client/?newsId=28&fileName=anuario_comunicacao_09_10.pdf).

TABORDA, Maria João, CARDOSO, Gustavo e ESPANHA, Rita (2011b), *A utilização de internet em Portugal 2010*. OberCom. Disponível em:  
[http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=relat\\_internetPortugal\\_2010.pdf](http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=relat_internetPortugal_2010.pdf).

VIEIRA, Jorge, CARDOSO, Gustavo e MENDONÇA, Sandro (2010), *Os novos caminhos da Rádio: Radiomorphosis. Tendências e Perspectivas*. OberCom. Disponível em:  
[http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=estudo\\_tendencias\\_radio.pdf](http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=estudo_tendencias_radio.pdf).

Sites consultados pela última vez a 25 de Julho de 2012.

## **Anexos**

### **Anexo 1.** Gráficos e Tabelas

**Tabela 1 - Caracterização sociográfica das audiências dos grupos/estações de rádio (%), em 2010**

Indicadores sociográficos	Antena 1	Antena 2	Antena 3	Total* RTP	RFM	Renascença	Mega Hits	Total* RR	Comercial	M80	Cidade FM	Total* Media Capital	TSF	Total Rádios
<b>Género</b>														
<b>Masculino</b>	75,0	63,0	69,7	54,9	49,6	59,1	48,3	54,9	51,3	59,8	49,7	54,6	74,6	54,9
<b>Feminino</b>	25,0	37,0	30,3	45,1	50,4	40,9	51,7	45,1	48,7	40,2	50,3	45,4	25,4	45,1
<b>Idade</b>														
<b>15/17</b>	0,8	1,8	3,6	4,4	4,4	0,5	7,7	4,4	5,7	2,9	13,1	4,3	0,9	4,4
<b>18/24</b>	3,6	8,0	25,1	14,7	15,1	3,0	39,9	14,7	23,9	17,1	35,3	14,6	5,1	14,7
<b>25/34</b>	10,9	12,7	48,7	23,7	30,9	8,8	37,1	23,7	39,3	27,2	32,5	23,5	19,9	23,7
<b>35/44</b>	15,0	11,0	14,7	19,6	27,7	15,6	11,3	19,6	17,9	27,0	13,0	19,9	24,5	19,6
<b>45/54</b>	18,8	26,7	4,7	15,3	16,0	20,3	3,3	15,3	9,0	17,2	5,9	15,1	21,5	15,3
<b>55/64</b>	22,0	14,4	2,3	10,8	4,7	22,1	0,3	10,8	2,8	6,7	0,3	10,2	16,1	10,8
<b>64 +</b>	28,7	25,4	0,9	11,7	1,2	29,6	0,4	11,7	1,3	2,0	0,0	12,4	12,0	11,7
<b>Região</b>														
<b>Grande Lisboa</b>	23,5	42,9	16,7	21,2	17,0	21,4	44,0	21,2	18,7	34,9	26,2	20,3	29,8	21,2
<b>Grande Porto</b>	10,7	18,6	12,1	11,9	14,0	11,4	7,3	11,9	8,7	11,9	12,4	12,3	15,6	11,9
<b>Litoral Norte</b>	16,3	20,3	21,6	19,9	22,2	19,2	29,5	19,9	21,2	5,6	18,9	20,4	18,6	19,9
<b>Litoral Centro</b>	13,9	8,2	19,1	16,4	16,5	16,6	9,2	16,4	16,2	23,5	18,7	15,9	10,9	16,4
<b>Interior</b>	20,5	4,1	18,8	20,1	21,0	23,2	7,3	20,1	21,9	3,1	12,5	21,3	21,9	20,1
<b>Sul</b>	15,1	5,9	11,7	10,5	9,4	8,2	2,6	10,5	13,3	20,9	11,1	9,8	3,2	10,5
<b>Ocupação</b>														
<b>Quadros M. Sup.</b>	14,9	34,1	22,6	12,6	16,6	5,4	14,7	12,6	19,3	12,5	8,8	12,5	32,0	12,6
<b>Tec. Esp./ Peq. PP.</b>	9,2	8,1	11,5	9,6	12,3	8,1	8,9	9,6	12,7	11,0	7,3	9,7	13,7	9,6
<b>Serv. Adm. Com.</b>	13,4	5,9	17,2	13,5	17,8	9,2	17,9	13,5	18,6	17,1	15,9	12,9	13,8	13,5
<b>Trab. Esp.</b>	16,4	6,4	15,3	20,5	22,2	23,6	14,5	20,5	16,9	24,7	17,7	20,2	12,8	20,5
<b>Trab. N. Esp.</b>	4,6	1,9	7,7	9,4	10,2	8,6	6,8	9,4	7,1	9,3	12,8	9,4	3,5	9,4
<b>Ref./Pens.</b>	35,9	33,6	6,1	18,6	7,0	36,2	5,2	18,6	6,4	8,5	5,7	19,4	18,6	18,6
<b>Estudantes</b>	3,6	7,4	19,0	11,9	12,1	1,6	30,7	11,9	17,9	12,9	30,1	11,7	4,2	11,9
<b>Domésticas</b>	2,1	2,7	0,6	3,9	1,8	7,3	1,4	3,9	1,2	4,0	1,7	4,1	1,4	3,9
<b>Classe Social</b>														
<b>A</b>	9,4	24,5	11,4	7,0	8,7	3,5	12,0	7,0	8,9	8,3	4,5	6,9	18,3	7,0
<b>B</b>	19,5	35,7	21,1	14,5	18,4	9,2	17,2	14,5	17,0	16,2	12,5	13,8	29,1	14,5
<b>C1</b>	27,4	20,6	29,2	28,1	31,1	26,1	29,6	28,1	32,0	35,2	31,9	28,4	30,1	28,1
<b>C2</b>	22,4	9,7	25,6	31,8	31,9	33,0	30,0	31,8	29,6	31,9	36,9	31,4	14,6	31,8
<b>D</b>	21,3	9,6	12,7	18,6	9,9	28,2	11,3	18,6	12,4	8,3	14,2	19,5	7,9	18,6

\* inclui as estatísticas de todas as estações do grupo, mesmo as que não são aqui discriminadas.

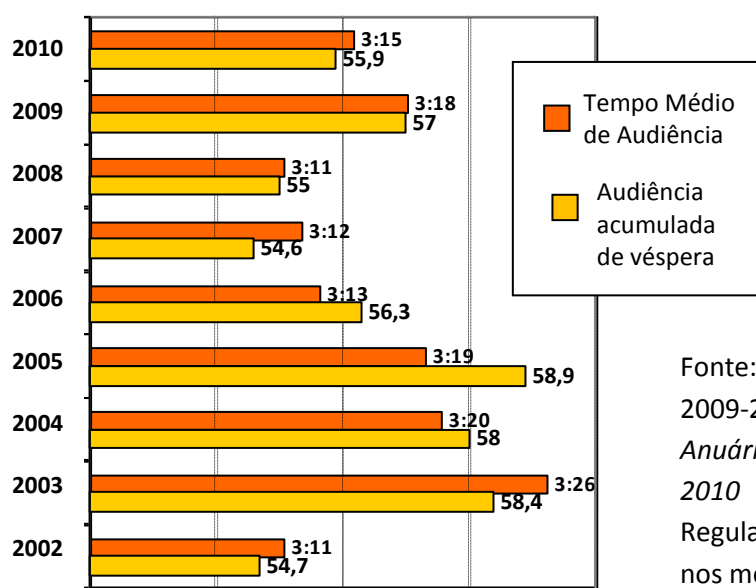
Fonte: Anuário da Comunicação 2009-2010 (com base nos dados do *Anuário de Media & Publicidade 2010* da Marktest) e Relatório de Regulação 2010 – volume 1 (baseado nos mesmos dados)

**Tabela 2** - Audiência acumulada de véspera (%), Audiência Média (%), Share de Audiência (%) e Tempo Médio de Audiência (h:mm) por grupo/estação de rádio, em 2010

Grupo/Estação	Audiência acumulada de véspera	Audiência Média	Share de Audiência	Tempo Médio de Audiência
<b>RTP</b>	<b>7,8</b>	<b>0,6</b>	<b>10,6</b>	<b>2:28</b>
Antena 1	4,5	0,3	5,6	2:15
Antena 2	3	0,2	4,1	2:31
Antena 3	0,5	0,0	0,6	2:08
<b>RR</b>	<b>24,7</b>	<b>2,4</b>	<b>39</b>	<b>2:52</b>
RFM	13,7	1,3	21,7	2:52
Renascença	8,6	0,8	12,5	2:38
Mega Hits	2,5	0,2	3,1	2:16
<b>Media Capital</b>	<b>17,9</b>	<b>1,7</b>	<b>26,8</b>	<b>2:43</b>
Comercial	9,1	0,8	12,2	2:27
M80	3,9	0,4	6,8	2:17
Cidade FM	4,6	0,4	5,6	2:13
<b>TSF</b>	<b>4,2</b>	<b>0,3</b>	<b>4,5</b>	<b>1:56</b>
<b>Total Rádios</b>	<b>55,9</b>	<b>6,1</b>	<b>100</b>	<b>3:15</b>

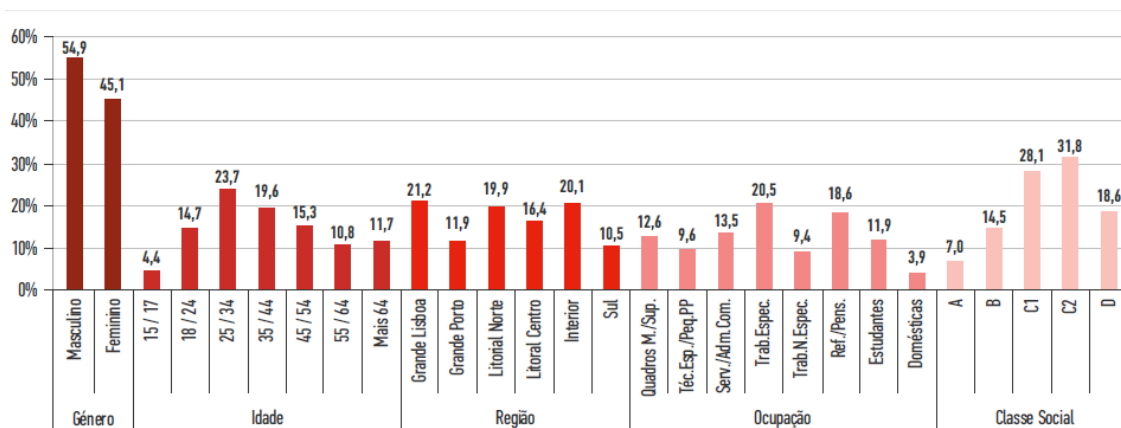
Fonte: Anuário da Comunicação 2009-2010 (com base nos dados do *Anuário de Media & Publicidade 2010* da Marktest) e Relatório de Regulação 2010 – volume 1 (baseado nos mesmos dados)

**Gráfico 1** - Tempo médio de Audiência (h:mm) e Audiência acumulada de véspera (%), em 2010



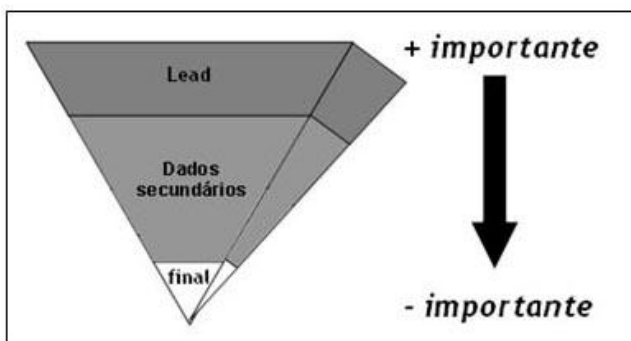
Fonte: Anuário da Comunicação 2009-2010 (com base nos dados do *Anuário de Media & Publicidade 2010* da Marktest) e Relatório de Regulação 2010 – volume 1 (baseado nos mesmos dados)

**Gráfico 2 - Caracterização sociográfica das audiências de rádio (%), em 2010**



Fonte: Relatório de Regulação 2010 – volume 1  
(com base nos dados do *Anuário de Media & Publicidade 2010* da Marktest)

**Figura 1 - Esquema de pirâmide invertida**



Fonte: Canavilhas, 2006: 5 e 14, respectivamente

**Figura 2 – Esquema de pirâmide deitada**



## Anexo 2. Notícias realizadas durante o estágio

### - Manhã 2

<b>Tipo:</b> Lançamento de sons para noticiário	<b>Tempo duração<sup>7</sup></b>
<b>Data:</b> 10 de Outubro de 2011	
<b>Texto:</b> <p>É preciso preservar a classe média. Foi este o aviso deixado hoje por Manuela Ferreira Leite na Conferência Exame, sobre o futuro económico do país.</p> <p>RD<sup>8</sup>: Não estou contra a tributação das classes de rendimentos mais elevados, como é evidente. Estou muito contra a ideia de que a classe média é uma classe elevada sobre a qual deverão incidir os mesmos tipos de tributação que a da, que as cla... Enquanto se fizer isso nós estamos a afundar o país. Não tenho nenhuma dúvida acerca disso. Obviamente estamos a obter receita fiscal e percebe-se que o governo faça isso porque é nesta zona que estão o maior número de contribuintes, mas então eu acho que se devia dizer isso claramente. Devia-se dizer: “meus caros amigos, neste momento precisamos de receita, como precisamos de receita temos que ir onde ela existe, e ela existe, a matéria colectável existe na classe média. Portanto, tenham paciência, mas é sobre vocês”.</p> <p>Para a economista, o ajustamento orçamental que o governo procura só será possível com um novo modelo social, que tenha por base uma taxa de crescimento realista.</p> <p>RD: Essas taxas de crescimento não existem nem vão existir nos tempos mais próximos, nem sei se algum dia mais existirão. E portanto isto não é susceptível de ser feito um ajustamento nem nenhuma medida da Europa, sem que haja um ajustamento a este modelo social. E esse, isso é extremamente difícil do ponto de vista das reacções sociais e, portanto, sei que não é uma questão fácil, mas que não há outra solução. Por algum motivo também quase todos os países estão com níveis de endividamento muito elevados. É porque estão, estão com um modelo cuja despesa não corresponde à produção dos países.</p> <p>Quanto a uma solução europeia, Manuela Ferreira Leite não acredita numa resposta que chegue a tempo de fazer a diferença.</p> <p>RM: Nós vamos ter esperança em que vai haver alguma solução europeia,</p>	<p>0:10</p> <p>0:39</p> <p>0:11</p> <p>0:33</p> <p>0:07</p>

<sup>7</sup> Tempo de duração aproximado

<sup>8</sup> Registo Digital. Identifica a declaração de um entrevistado.

mas ela é de tal forma hesitante e de tal forma sempre a entrar depois do tempo que também reforça a necessidade de quaisquer medidas que são tomadas. Quaisquer medidas que são tomadas de forma antecipada são sempre mais ténues do que aquelas que são tomadas depois do período, que é aquilo que está permanentemente a suceder. E portanto não estou a ver que de repente haja uma, uma... enfim, um golpe de asa que leve a que de repente a Europa tome uma solução.	0:36
<b>Áudio:</b> 1. Manuela Ferreira Leite na Conferência Exame	2:21
<b>Problemas:</b> lançamentos demasiado curtos e pouco explicativos. Falta um <i>off</i> final do jornalista para rematar e fazer a súmula de que disse a ex-ministra das Finanças.	

<b>Tipo:</b> Peça com sons	<b>Tempo duração</b>
<b>Data:</b> 12 de Outubro de 2011	
<p><b>Texto:</b></p> <p>O perigo é real, mas não estamos preparados para adivinhar em tempo útil quando vai acontecer um tsunami em Portugal. A região do Algarve e Alentejo Ocidental são as mais vulneráveis por ficarem mais próximas das falhas entre placas tectónicas. Placas cuja movimentação é normalmente responsável pelos sismos e tsunamis. É Luís Matias, professor de geofísica da Universidade de Lisboa, quem o explica no Seminário Internacional sobre Risco Sísmico.</p> <p>RD: Os pequenos sismos podem ocorrer em qualquer lado, os grandes sismos só ocorrem nas grandes falhas. E estas são as grandes falhas que estão identificadas, que podem gerar sismos como e tsunamis como o de 1755. Ou seja, vocês vêem aqui várias fontes. Quando nos perguntam “quando é que será o próximo 1755?”. Se eu tivesse uma falha capaz de gerar um 1755, eu dizia três mil anos. Como vocês vêem aqui, vocês têm várias falhas capazes de gerar sismos e tsunamis quase tão grandes como o de 1755. Portanto, e não sabemos quando é que elas vão rebentar. Pode ser hoje, pode ser amanhã, se jogam no Euromilhões, pode ser que tenham sorte.</p> <p>O tsunami de 1755 que arrasou a baixa lisboeta é o maior de que há memória e tem servido de referência como um dos piores cenários possíveis. No entanto, 250 anos depois continuamos a não ter um sistema de alerta de tsunamis em Portugal, conta Fernando Carilho do Instituto de</p>	0:27
	0:36
	0:19

<p>Meteorologia.</p> <p>RD: O que está neste momento em, em operação 100%, 100% em operação é o do Pacífico, o do Índico está relativamente avançado, não está ainda completamente funcional, o das Caraíbas também está na sua fase inicial, e curiosamente aquele que está mais, mais atrasado é precisamente o que diz respeito à vigilância do Mediterrâneo e do Atlântico Nordeste, a área na qual nos inserimos.</p> <p>Em conjunto estes vários sistemas formam um sistema global de vigilância de tsunamis, que assegura a protecção das zonas costeiras mais próximas, mas que ainda assim podem não ser suficientes.</p> <p>RD: É que estes sistemas regionais estão pensados para proteger as zonas costeiras que estão a distâncias regionais, a distâncias em que após a ocorrência de um grande sismo, eventualmente o tsunami apenas atinge a costa ou as costas desse país cerca de 30, 30 minutos após. E isso não é suficiente para países como por exemplo Portugal em que as fontes de tsunami se situam muito próximas das costas, o Algarve, por exemplo, o Alentejo Ocidental, em que é necessário que esses países, como Portugal, constituam centros nacionais especificamente orientados para esse, esse problema.</p> <p>Centros que estão aprovados desde 2005, mas não avançaram por falta de financiamento, explica Fernando Carrilho.</p> <p>RD: Aquilo que se tem assistido é a uma dificuldade de colocar no terreno o sistema. Dificuldade que tem a ver com o facto de a UNESCO não financiar infraestruturas, não financiar operações, e de todo este trabalho que tem estado a ser feito, que é um trabalho importante, se resumir a um trabalho de coordenação. É necessário depois que os vários Estados coloquem no terreno os meios financeiros, os recursos humanos para desenvolver o sistema. E é aí que, que as dificuldades são de facto maiores.</p> <p>Praticamente assegurados estão os dados sobre a rede sísmica e as marés, necessários para calcular o alcance e as consequências do tsunami. O maior atraso tem sido a constituição de um sistema de observação em oceano profundo, que poderá ajudar a obter uma previsão mais precisa.</p>	<p>0:27</p> <p>0:11</p> <p>0:44</p> <p>0:07</p> <p>0:33</p> <p>0:17</p>
<p><b>Áudio:</b> 2. Seminário sobre Risco Sísmico</p>	<p>3:49</p>
<p><b>Problemas:</b> demasiado extenso, falta redundância na nomeação da personagem e um só foco noticioso que seja agarrado e desenvolvido até ao fim de forma sucinta.</p>	

<b>Tipo:</b> Lançamento de sons para noticiário	<b>Tempo duração</b>
<b>Data:</b> 17 de Outubro de 2011	
<p><b>Texto:</b></p> <p>O calor excessivo fora de época está a afectar as reservas de água do país. Orlando Borges, presidente do Instituto da Água, acredita que não há razão para alarmes, mas em Bragança já estão a ser tomadas medidas para assegurar que o abastecimento de água não é posto em causa.</p> <p>RD: O plano de contingência foi trabalhado conjuntamente com a Câmara, que passa agora numa primeira fase passa pelo transporte de água em auto-tanques, tendo em vista reforçar os reservatórios, assim como amanhã estará no terreno já uma equipa de técnicos do INAG, de hidrogeólogos, para fazer a identificação dos furos e, por uma situação de precaução, fazer a abertura de furos, que de qualquer das formas darão um contributo marginal. É isso que está no terreno, hoje já estão a fazer também o levantamento do fundo da Serra Serrada, para termos uma identificação rigorosa de valor armazenado, mas estamos a dar e a acompanhar e a fazer aquilo que foram as linhas gerais do plano de contingência esboçado com a Câmara.</p> <p>É de facto a norte que a situação inspira cuidados. Nas restantes reservas, a centro e a sul do país, os níveis estão dentro da normalidade.</p> <p>RD: O resto do país, na região norte os valores das albufeiras estão ligeiramente abaixo da média, mas não há situações preocupantes, que a questão de Bragança, tirando um caso ou outro, é a situação mais, mais grave. Na região centro os valores andam à volta da média e na região sul francamente acima desse valor médio e por isso não há situações que mereçam algum reparo ou algum, ou algum acompanhamento particular.</p>	<p>0:15</p> <p>0:38</p> <p>0:07</p> <p>0:23</p>
<b>Áudio:</b> 3. Falta de água – Presidente do INAG	1:26
<b>Problemas:</b> Tom demasiado artificial, muito alarmista. Falta rodapé para finalizar.	

## - Economia

<b>Tipo:</b> Peça sem sons	<b>Tempo duração</b>
<b>Data:</b> 3 de Novembro de 2011	

**Texto:**

**Versão I**

A Europa deverá entrar numa "leve recessão" já no final do ano. A previsão é do Presidente do Banco Central Europeu, Mario Draghi, que participou hoje na sua primeira reunião como chefe máximo do BCE.

A economia vai abrandar porque tem crescido muito devagar nos últimos meses, adianta. E por de trás deste pessimismo está a revisão em baixa das previsões avançadas pela OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico) relativamente ao crescimento do PIB, que deverá ser de menos 1,6 em 2011 e de menos 0,3 em 2012.

Além disso, a agitação que a incerteza da Grécia quanto à aceitação do plano de ajuda europeu e à sua permanência na zona euro está a provocar nos mercados vem agravar este cenário.

O risco de investir na economia europeia torna-se cada vez maior, o que pode impulsionar a subida das taxas de juro a cobrar aos Estados para o seu financiamento. E conseqüentemente empurrá-los para um maior endividamento.

Mas para evitar esta especulação e animar a economia, Mario Draghi já tomou a sua primeira medida: baixar a taxa de juro do BCE em 25 pontos base, reduzindo para 1,25 por cento o custo do dinheiro para os bancos. Uma decisão que apanhou de surpresa os analistas e promete facilitar o trabalho dos bancos.

**Versão Corrigida**

A Europa deverá entrar numa "leve recessão" já no final do ano. A previsão é do Presidente do Banco Central Europeu, Mario Draghi, que participou hoje na primeira reunião como chefe máximo do BCE.

As incertezas da Grécia – se aceita o plano de ajuda europeu e a permanência na Zona Euro – está a agitar os mercados.

Por de trás deste pessimismo está a revisão em baixa das previsões avançadas pela OCDE. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico prevê um crescimento do PIB na Zona Euro de 1,6 em 2011 e de apenas 0,3 em 2012.

O risco de investir na economia europeia torna-se cada vez maior, fazendo com que o Estado pague mais pelos empréstimos.

Mas para animar a economia, Mario Draghi já tomou a sua primeira medida: baixar a taxa de juro do BCE, baixando o custo do dinheiro para

os bancos, para 1,25 por cento. Uma decisão que apanhou de surpresa os analistas.	
<b>Áudio:</b> 4. Recessão na Zona Euro (versão corrigida)	0:57
<b>Problemas:</b> Demasiado lido e monocórdico. Falta entoação, ritmo e assertividade.	

<b>Tipo:</b> Peça sem sons	<b>Tempo duração</b>
<b>Data:</b> 7 de Novembro de 2012	
<p><b>Texto:</b></p> <p><b>Versão I</b></p> <p>Na reunião de hoje do Eurogrupo, a Itália está na ordem do dia. Com os juros da dívida a dez anos a baterem o recorde de 6,5% e a instabilidade política quanto à continuidade e à eficácia do governo de Berlusconi, aumenta a preocupação em torno das contas daquela que é a terceira maior economia da Zona Euro.</p> <p>O Eurogrupo quer saber quando é que o primeiro-ministro italiano vai pôr em prática o pacote de reformas económicas anunciadas à União Europeia, depois de na sexta-feira ter pedido ao FMI para monitorizar as contas do país.</p> <p>Estas medidas surgem no seguimento de dois planos de austeridade, aprovados em Julho e Setembro deste ano, para equilibrar as contas do Estado, ao arrecadar mais 60 milhões de euros em três anos.</p> <p>No entanto, os mercados já estão a questionar a capacidade de Berlusconi executar as medidas propostas à União Europeia, o que levou o Banco Central Europeu a condicionar, no domingo, a compra de dívida soberana em função da execução das reformas.</p> <p>Mas além disso, a situação política italiana também está a preocupar o Eurogrupo, ameaçando agravar a situação económica do país. Depois de três deputados terem abandonado o partido de Berlusconi e de o ministro dos Negócios Estrangeiros francês ter posto em causa a credibilidade do governante, surgiram esta manhã rumores de que Berlusconi se viria a demitir. Hipótese já afastada pelo primeiro-ministro, que garante que ainda tem maioria absoluta no Parlamento.</p> <p><b>Versão Corrigida</b></p> <p>Aumenta a preocupação em torno das contas de Itália, a terceira maior</p>	

<p>economia da Zona Euro. Os juros da dívida a dez anos bateram o recorde de 6,5%.</p> <p>O Eurogrupo quer saber quando é que o primeiro-ministro italiano vai pôr em prática o pacote de reformas económicas anunciadas à União Europeia, depois de na sexta-feira ter pedido ao FMI para monitorizar as contas do país.</p> <p>As medidas surgem no seguimento de dois planos de austeridade, aprovados em Julho e Setembro deste ano, para equilibrar as contas do Estado. Um plano que prevê mais 60 milhões de euros em três anos.</p> <p>No entanto, os mercados já estão a questionar a capacidade de Berlusconi para executar as novas medidas propostas à União Europeia, o que levou o Banco Central Europeu a impor condições: só compra dívida italiana se Berlusconi puser o plano em marcha.</p> <p>Além disso, a situação política de Itália também está a preocupar o Eurogrupo, ameaçando agravar a situação económica do país. Três deputados abandonaram o partido de Berlusconi, o ministro dos Negócios Estrangeiros francês pôs em causa a credibilidade do primeiro-ministro italiano e esta manhã surgiram rumores de que Berlusconi se iria demitir. Hipótese já afastada pelo primeiro-ministro, que garante ter ainda maioria absoluta no Parlamento.</p>	
<p><b>Áudio:</b> 5. Itália no Eurogrupo (versão corrigida)</p>	<p>1:17</p>
<p><b>Problemas:</b> Tom demasiado agressivo, com oscilações exageradas e artificiais.</p>	

<p><b>Tipo:</b> Peça sem sons</p>	<p><b>Tempo duração</b></p>
<p><b>Data:</b> 8 de Novembro de 2011</p>	
<p><b>Texto:</b></p> <p><b>Versão I</b></p> <p><b>Lançamento:</b> Os portugueses não sabem o significado dos conceitos financeiros usados banalmente quando falamos de empréstimo à habitação, o mais pedido pelos portugueses. O Banco de Portugal divulgou hoje os resultados do inquérito sobre literacia financeira que revelaram esta realidade.</p> <p>--</p> <p>Só 9% dos entrevistados sabe que a Euribor é a taxa de juro a que um</p>	

conjunto de bancos empresta dinheiro entre si. Uma taxa que influencia os juros que os bancos cobram aos seus clientes, nomeadamente em casos de crédito à habitação. Mas mesmo entre os inquiridos que têm este tipo de empréstimo, apenas 12% sabe o que é a Euribor.

O spread é outro conceito problemático. Só 17% dos inquiridos sabe que o spread é a diferença entre a Euribor e a taxa de juro paga por quem pede dinheiro emprestado. O que na prática corresponde ao lucro do banco. 41% das pessoas que responderam a este inquérito sobre literacia financeira não sabe qual é o spread do seu crédito à habitação.

Os dados são do Banco de Portugal, que inquiriu 2000 pessoas no ano passado. E revelam que os portugueses estão mal informados quanto a dois dos conceitos mais usados quando se fala de pedir dinheiro emprestado à banca.

74% das pessoas inquiridas não sabe ao certo quanto é que paga pela manutenção da sua conta. E desconhecer estas noções de finanças torna mais difícil avaliar os riscos das operações financeiras, bem como a justiça das taxas praticadas pelos bancos.

#### **Versão Corrigida**

**Lançamento:** Os portugueses não sabem o que significam alguns dos conceitos financeiros usados quando falamos de crédito à habitação, o mais pedido pelos portugueses. Os dados são do Banco de Portugal que divulgou hoje os resultados do inquérito sobre literacia financeira.

--

Quase ninguém sabe o que é a Euribor. Dos entrevistados que têm crédito à habitação apenas uma em cada dez pessoas domina o conceito. A taxa Euribor é uma taxa de juro cobrada pelos bancos aos clientes, neste tipo de empréstimo.

O spread é outro conceito problemático. Só 17% dos inquiridos sabe que o spread é o lucro do banco. A diferença entre a Euribor e a taxa de juro paga por quem pede dinheiro emprestado. 41% das pessoas que responderam a este inquérito sobre a literacia financeira não sabe qual é o spread do seu crédito à habitação.

Os dados são do Banco de Portugal, que inquiriu 2000 pessoas no ano passado. E revelam que os portugueses estão mal informados quanto a dois dos conceitos mais usados quando se fala de empréstimos.

74% das pessoas interrogadas não sabe ao certo quanto é que paga pela manutenção da conta. E sem conhecer estas noções de finanças torna-se mais difícil avaliar os riscos das operações, e saber se as taxas praticadas

pelos bancos são justas.	
<b>Áudio:</b> 6. Inquérito BdP sobre Literacia Financeira (versão I)	1:14

<b>Tipo:</b> Peça com sons	<b>Tempo duração</b>
<b>Data:</b> 8 de Novembro de 2011	
<p><b>Texto:</b></p> <p><b>Versão I</b></p> <p>O governador do Banco de Portugal, Carlos Costa, está preocupado com estes resultados e com as consequências sociais que possam trazer. Por isso vai lançar um programa de promoção à literacia financeira, em parceria com o Instituto de Seguros e a Comissão de Mercado de Valores Mobiliários.</p> <p>Os portugueses com menor grau de escolaridade e com menos recursos, bem como os mais jovens e os desempregados, são os alvos preferenciais deste programa, por apresentarem níveis mais baixos de literacia.</p> <p>RD: Nós temos que cuidar de segmentos da população que não têm capacidade para entender aquilo que lhes é vendido, ou sobretudo não têm capacidade para planear a sua vida em termos financeiros. E por isso mesmo, os supervisores financeiros Banco de Portugal, Instituto de Seguros de Portugal e Comissão de Mercado de Valores Mobiliários vão lançar um programa de li... de promoção da literacia financeira. É para evitar que se agudizem situações sociais resultantes de comportamentos financeiros, eu não, eu não gosto da palavra irresponsáveis porque não é tanto no plano da irresponsabilidade, é comportamentos financeiros menos bem pensados ou menos... menos avaliados.</p> <p>Carlos Costa falava na conferência do Banco de Portugal sobre literacia financeira, onde apelou aos bancos para que cumpram o seu papel de informar e alertar os cidadãos para aos riscos dos investimentos financeiros. Tirando assim partido da confiança que os portugueses têm nos bancos – uma das maiores da Europa – e prevenindo o sobreendividamento.</p> <p><b>Versão Corrigida</b></p> <p>O governador do Banco de Portugal está preocupado com a literacia financeira dos portugueses e com as consequências sociais que possa trazer. Por isso vai lançar um programa para promover a literacia</p>	<p>0:27</p> <p>0:45</p> <p>0:20</p>

<p>financeira. Carlos Costa quer proteger as pessoas mais vulneráveis para que não haja investimentos mal pensados.</p> <p>RD - Nós temos que cuidar de segmentos da população que não têm capacidade para entender aquilo que lhes é vendido, ou sobretudo não têm capacidade para planear a sua vida em termos financeiros. E por isso mesmo, os supervisores financeiros Banco de Portugal, Instituto de Seguros de Portugal e Comissão de Mercado de Valores Mobiliários vão lançar um programa de li... de promoção da literacia financeira. É para evitar que se agudizem situações sociais resultantes de comportamentos financeiros, eu não, eu não gosto da palavra irresponsáveis porque não é tanto no plano da irresponsabilidade, é comportamentos financeiros menos bem pensados ou menos, me... menos avaliados.</p> <p>Os portugueses com menor grau de escolaridade e com menos recursos, bem como os jovens e os desempregados, são os alvos preferenciais deste programa, por apresentarem níveis mais baixos de literacia. Para Carlos Costa, os bancos têm de fazer mais.</p> <p>RD – A primeira obrigação nesta matéria é fazer ver a todo o cidadão e à sociedade no seu conjunto, que risco e retorno são duas variáveis indissociavelmente associadas. Isto preocupa-me em particular em situações em que aparecem produtos aparentemente com elevados retornos, sem que as pessoas consigam avaliar o risco associado.</p> <p>Declarações de Carlos Costa na conferência do Banco de Portugal sobre literacia financeira. Para o governador do banco de Portugal é preciso preservar a confiança que os portugueses têm nos bancos - uma das maiores da Europa – para prevenir o sobreendividamento.</p>	<p>0:45</p> <p>0:23</p>
<p><b>Áudio:</b> 7. Carlos Costa sobre Literacia Financeira (versão I)</p>	<p>1:34</p>

<p><b>Tipo:</b> Peça sem sons</p>	<p><b>Tempo duração</b></p>
<p><b>Data:</b> 10 de Novembro de 2011</p>	
<p><b>Texto:</b></p> <p><b>Versão I</b></p> <p>Este ano a recessão na Grécia vai atingir os 5,5%, dois pontos acima da registada no ano passado – quando pediu a ajuda externa. No entanto para 2012 a previsão é mais optimista. A Comissão Europeia estima uma recessão de 2,8%, menos duas décimas que em Portugal.</p>	

Depois de um ano marcado por muitos protestos nas ruas e uma grande instabilidade política, as condições de vida na Grécia agravaram-se.

O consumo de famílias e empresas caiu muito, para fazer face aos cortes nos rendimentos e à dificuldade de acesso ao crédito. O Estado também se viu forçado a gastar menos e o investimento caiu quase 16%. Perspectivas que se repetem para o próximo ano, quando o consumo e o investimento deverão continuar a cair.

Tal como em Portugal, as exportações são o único indicador positivo nesta equação. Vão crescer quase 5% até ao final do ano, e 6,5% em 2012.

Em termos de desemprego o próximo ano vai ser pior do que este, com o número de desempregados a ultrapassar os 18%.

A Comissão Europeia reconhece que as contas públicas gregas estão no bom caminho, no entanto as metas do défice ainda não vão ser alcançadas. Em vez de 7,6%, este ano o défice deverá rondar os 9%, e em vez de 6,5%, no próximo ano o défice deverá chegar aos 7%.

Quanto à dívida pública, este ano deve ficar nos 162% do PIB, e no próximo deve chegar aos 198%, quase duas vezes aquilo que a Grécia produz num ano.

### **Versão Corrigida**

A recessão na Grécia vai atingir os 5,5% este ano, bem acima dos 3,5% do ano passado – quando pediu a ajuda externa. No entanto, para 2012 a previsão é mais optimista. A Comissão Europeia estima uma recessão de 2,8%, ligeiramente abaixo do que em Portugal.

O consumo de famílias e empresas caiu muito, para fazer face aos cortes nos rendimentos e à dificuldade de acesso ao crédito. O Estado também se viu forçado a gastar menos e o investimento caiu quase 16%. Perspectivas que se repetem para o próximo ano: o consumo e o investimento deverão continuar a cair.

Tal como em Portugal, as exportações são o único indicador positivo desta equação. Vão crescer quase 5% até ao final do ano, e 6,5% em 2012.

Em termos de desemprego o próximo ano vai ser pior, com o número de desempregados a ultrapassar os 18%.

A Comissão Europeia reconhece que as contas públicas gregas estão no bom caminho, mas as metas do défice ainda não vão ser alcançadas. Em vez de 7,6%, este ano o défice deverá rondar os 9%, e no próximo ano o défice deverá chegar aos 7%, ligeiramente acima do que estava previsto.

Quanto à dívida pública, este ano deve ficar acima dos 160% do PIB, mas

no próximo ano deve disparar para os 198%, quase duas vezes o que a Grécia produz num ano.	
--	--

<b>Tipo:</b> Notícia sem sons dada no noticiário	<b>Tempo duração</b>
<b>Data:</b> 14 de Novembro de 2011	
<p><b>Texto:</b></p> <p><b>Versão I</b></p> <p>O PIB caiu 1,7% no terceiro trimestre deste ano, em relação ao mesmo período do ano passado. Os dados são do Instituto Nacional de Estatística e comprovam que a recessão se está a agravar – o PIB caiu pelo terceiro trimestre consecutivo, desvalorizando 0,4% em relação ao anterior.</p> <p>A justificar este agravamento estão as exportações, que cresceram menos apesar de continuarem a ser o motor de desenvolvimento do país, mas também a queda do investimento e do consumo. Ainda assim, os números são menos negativos que os previstos pela Comissão Europeia, que na semana passada antecipava uma recessão de 1,9% para 2011.</p> <p><b>Versão Corrigida</b></p> <p>A economia caiu 1,7% no terceiro trimestre deste ano, em relação ao mesmo período do ano passado. Os dados são do Instituto Nacional de Estatística e comprovam que a recessão se está a agravar – o PIB caiu pelo terceiro trimestre consecutivo, desvalorizando 0,4% em relação ao trimestre anterior.</p> <p>A justificar este agravamento estão as exportações, que cresceram menos apesar de continuarem a ser o motor de crescimento do país, mas também a queda do investimento e do consumo. Ainda assim, os números são menos negativos do que os previstos pela Comissão Europeia. Bruxelas antecipava na semana passada uma recessão de 1,9% para 2011.</p>	

<b>Tipo:</b> Peça sem sons (eventualmente dada no noticiário)	<b>Tempo duração</b>
<b>Data:</b> 14 de Novembro de 2011	
<b>Texto:</b>	

<p><b>Versão I</b></p> <p><b>Lançamento:</b> O desemprego voltou a aumentar, atingindo os 12,5% no mês de Setembro. Os dados são da OCDE e revelam um abrandamento do crescimento do desemprego, em relação ao mesmo período do ano anterior. Foi em 2009 que o crescimento foi mais abrupto, mas este ano Portugal atingiu os números mais elevados – 12,6% no início do ano.</p> <p>--</p> <p>A taxa de desemprego aumentou em Setembro face aos dois meses anteriores, Julho e Agosto, quando a taxa de desemprego é tradicionalmente mais baixa por causa dos empregos sazonais que surgem no Verão. Ainda assim a variação foi de apenas uma décima, com o desemprego a alcançar os 12,5% – meio ponto acima do registado no ano passado.</p> <p>Comparando com o mesmo período do ano passado, a taxa de desemprego aumentou ligeiramente (apenas duas décimas). E a previsão é de que continue a aumentar nos próximos meses, na sequência das medidas de austeridade que estão a penalizar fortemente o consumo e a travar o investimento.</p> <p>Na Zona Euro o desemprego atingiu o número mais alto dos últimos anos – 10,2%, bastante acima da média de 8,2% da OCDE.</p> <p><b>Versão Corrigida</b></p> <p>A taxa de desemprego voltou a aumentar, atingindo os 12,5% no mês de Setembro, ligeiramente acima do valor registado no mesmo período do ano passado. A previsão é de que a taxa de desemprego continue a aumentar nos próximos meses, por causa das medidas de austeridade que estão a penalizar fortemente o consumo e o investimento.</p> <p>Na Zona Euro o desemprego atingiu o número mais alto dos últimos anos – 10,2%, bastante acima da média de 8,2% previstos para os países da OCDE. De resto os dados são da própria Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico.</p>	
--	--

<b>Tipo:</b> Lançamento de sons para noticiário	<b>Tempo duração</b>
<b>Data:</b> 16 de Novembro de 2011	
<b>Texto:</b> A troika deu nota positiva a Portugal. A notícia foi revelada há pouco pelo	0:06

<p>Ministro das Finanças, Vítor Gaspar.</p> <p>RD: Esta avaliação foi efectuada por uma missão da Comissão Europeia, do Banco Central Europeu e do Fundo Monetário Internacional. Dado o sucesso da avaliação será recomendada a disponibilização da terceira tranche do financiamento do programa no montante de 8 mil milhões de euros.</p>	0:16
<p>O dinheiro chegará entre Dezembro deste ano e Janeiro do próximo, anunciou o ministro em conferência de imprensa. Vítor Gaspar admitiu que o ano de 2012 será pior do que este, mas ainda assim decisivo.</p>	0:10
<p>RD: Em 2012, a actividade económica deverá atingir o seu ponto mais baixo, com uma perda acumulada no período 2011-2012 de mais de 4%. Nestes dois anos, a taxa de desemprego aumentará para níveis muito elevados. As medidas tomadas no Orçamento do Estado para 2012 serão decisivas para colocar as Finanças Públicas numa trajectória sustentável e contribuir para criar as condições necessárias para a retoma do crescimento económico sustentado.</p>	0:35
<p>Para pôr Portugal no caminho do crescimento, o ministro anunciou que serão feitas reformas nas empresas do Estado, e que a administração local e regional também não vai ficar de fora.</p>	0:09
<p>RD: Estão suspensos novos contratos de parcerias público-privadas e foi iniciada uma reestruturação no sector empresarial do Estado no sentido de aumentar a eficiência, reestabelecer a sustentabilidade financeira e reduzir a sua actividade à prestação estrita do Serviço Público. Serão ainda tomadas medidas de reforço orçamental a nível regional e local semelhantes às respeitantes à administração central. No que respeita à região autónoma da Madeira, vai ser celebrado até ao final de 2011 um programa de ajustamento em moldes semelhantes ao celebrado entre a República, a União Europeia, o Banco Central Europeu e o FMI.</p>	0:45
<p>Vítor Gaspar adiantou ainda que as privatizações da Galp, CP-Carga, TAP e ANA aeroportos vão avançar já no próximo ano.</p>	0:07
<p>RD: Iremos prosseguir com o ambicioso programa de privatizações iniciado este ano, e que permitirá a abertura das empresas portuguesas ao capital estrangeiro e aos desafios da concorrência internacional. A EDP e a REN estão já na fase final do processo de privatização, com conclusão prevista para Janeiro de 2012. No próximo será também alienada a participação da Galp, detida pela Caixa Geral de Depósitos, serão privatizadas a CP-Carga, a TAP e ANA, e será lançado o processo de privatização dos CTT.</p>	0:34
<p>Sobre a recapitalização da banca, o ministro das finanças garantiu que a</p>	

<p>intervenção do Estado será feita apenas no interesse dos contribuintes, tendo em vista o bom funcionamento do sistema financeiro.</p> <p>RD: O interesse do Estado é manter o funcionamento de um sistema financeiro baseado no mecanismo de mercado e concorrencial. E consequentemente ter a intervenção mínima necessária à preservação dos interesses dos contribuintes. Uma vez usado dinheiro público é absolutamente fundamental que os recursos dos contribuintes sejam usados de forma parcimoniosa e inteiramente transparente.</p> <p>Foi o essencial das declarações feitas esta tarde por Vítor Gaspar, que reuniu os jornalistas para anunciar os resultados da segunda avaliação da troika a Portugal.</p> <p>Dentro de menos de uma hora terá lugar nova conferência, desta vez com os representantes da troika – Junger Kröger, da Comissão Europeia, Paul Thomson, do FMI, e Ramus Ruffer, do BCE. Uma conferência que a Antena 1 vai transmitir em directo logo depois da síntese das cinco.</p>	<p>0:10</p> <p>0:33</p> <p>0:26</p>
<p><b>Áudio:</b> 8. Conferência Visita da Troika – Vítor Gaspar</p>	<p>4:01</p>
<p><b>Problemas:</b> Demasiadas citações, parte delas bem longas. Faltou seleccionar o foco noticioso, as declarações mais importantes e dizer o resto em texto. Os <i>offs</i> são curtos e pouco informativos. Limitam-se a adiantar o que vai ser dito a seguir sem o explicar, sem redundar, sem traduzir as declarações por outras palavras.</p>	

<p><b>Tipo:</b> Peça com sons</p>	<p><b>Tempo duração</b></p>
<p><b>Data:</b> 22 de Novembro de 2011</p>	
<p><b>Texto:</b></p> <p><b>Lançamento:</b> Vítor Gaspar acredita que Portugal pode voltar a crescer já em 2013. No discurso de esta tarde, na Conferência da Ordem dos Economistas, em Lisboa, o ministro das finanças voltou a sublinhar a importância das reformas estruturais que o Governo está a pôr em prática – como forma de recuperar a credibilidade dos investidores e pôr Portugal a crescer.</p> <p>--</p> <p>Vítor Gaspar acredita que Portugal pode voltar a crescer em 2013, se puser em prática as medidas estruturais previstas no Orçamento de Estado.</p>	<p>0:09</p> <p>0:14</p> <p>0:13</p>

<p>RD: Até ao final deste ano e durante o próximo será fundamental acelerar o ritmo de execução das reformas estruturais. Deste ponto de vista 2012 será um ano crucial de forma a criarmos as condições para que em 2013 a economia possa voltar a crescer.</p>	
<p>O ministro das finanças reafirmava assim a confiança no projecto do Governo para fazer face à crise da dívida, sublinhando que o que falta para pôr o país no caminho do crescimento é recuperar a credibilidade dos investidores.</p>	0:22
<p>RD: Portugal tem uma dívida pública sustentável. O desafio é, então, estabelecer a necessária credibilidade de forma a evitar os resultados drásticos com que se preocupava Adam Smith. A recuperação da confiança dos agentes internacionais nas nossas Finanças Públicas passa, assim, pelo cumprimento escrupuloso das obrigações a que estamos vinculados no âmbito do programa de assistência económica e financeira.</p>	0:14
<p>Além disso, garantir que os bancos cumprem as exigências europeias e que continuam a dar crédito às empresas. Mas acima de tudo crescer. São estes os desafios que Vítor Gaspar sublinha, sendo que retomar o crescimento é o maior de todos.</p>	0:27
<p>RD: Retomar uma trajectória de crescimento económico sustentável. Devemos encarar a crise económica e financeira como uma oportunidade de mudança. Este é, portanto, um momento único para alterarmos o modelo de desenvolvimento que resultou num fraco desempenho da economia portuguesa na última década. Assim, para que Portugal possa sair com sucesso da crise é fundamental executar a agenda de transformação estrutural da economia portuguesa.</p>	0:18
<p>Privatizações, reforma do sistema judicial, flexibilização do mercado de trabalho, para facilitar o acesso dos mais jovens. Tudo isto para aumentar a competitividade das empresas e atrair o investimento estrangeiro, de maneira a que o país passe a produzir mais e conseqüentemente possa crescer.</p>	
<p>--</p> <p><b>Rodapé:</b> O ministro das finanças a avançar que o país pode começar a recuperar já em 2013, se as medidas do Governo forem cumpridas. Vítor Gaspar falava esta tarde na Conferência da Ordem dos Economistas, em Lisboa.</p>	
<p><b>Áudio:</b> 9. Vítor Gaspar na Conferência dos Economistas</p>	2:03

## - Multimédia

### **"Fica muito caro ir ao hospital", dizem os utentes**

*06 Dez, 2011, 12:40*

No dia seguinte ao anúncio do ministro da Saúde do aumento do preço das taxas moderadoras, a Antena1 registou o descontentamento dos utentes das urgências do Hospital de Santa Maria. "Exagero", "absurdo", "só falta o Governo meter as mãos no bolso e tirar o pouco que a gente tem" foram algumas das expressões usadas.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=506707&layout=123&visual=61&tm=2&>

### **Polícia russa detém manifestantes que protestam contra o partido de Putin**

*06 Dez, 2011, 18:29 / atualizado em 06 Dez, 2011, 18:29*

A polícia russa está a deter dezenas de manifestantes que protestam na Praça do Triunfo, em Moscovo, contra o partido do primeiro-ministro Vladimir Putin, que ganhou as eleições legislativas do passado domingo. A polícia está a encher autocarros com manifestantes detidos, recorrendo por vezes à violência e chegando a deter jornalistas em trabalho, como constatou o correspondente em Moscovo José Milhazes numa intervenção em direto na Antena1, edição das 16 horas.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=506852&layout=123&visual=61&tm=7&>

### **Presidente da Turismo do Douro acha "gravoso" pôr em causa classificação de património mundial**

*07 Dez, 2011, 11:42*

O presidente da Entidade Regional de Turismo do Douro, António Martinho, revela-se "perplexo" com a notícia de que a classificação do Douro como património mundial possa ser posta em causa pela construção da barragem do Tua. Para António Martinho só o facto de isto estar a ser questionado já é muito "gravoso" para o Douro, levando-o a pensar que há quem esteja interessado em "prejudicar sistematicamente" a região.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=507108&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **PSD-Madeira quer manutenção do offshore ou compensação do Estado**

*07 Dez, 2011, 16:49 / atualizado em 07 Dez, 2011, 16:59*

O PSD-Madeira "espera" que o desmentido do primeiro-ministro quanto a um suposto compromisso para redefinição do quadro do offshore não "ponha em causa" a retoma das negociações sobre o assunto. Caso contrário, o social-democrata madeirense Guilherme Silva afirma que terá de ser encarada pelo Estado uma "compensação sucedânea" para a região.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=507253&layout=123&visual=61&tm=9&>

### **Maquinistas consideram "chantagem" aviso de atrasos com salários**

*09 Dez, 2011, 10:25 / atualizado em 09 Dez, 2011, 10:39*

Os maquinistas consideram "chantagem" e uma "falsa questão" o aviso de a CP poder não conseguir pagar os salários de dezembro atempadamente por causa da greve agendada para o Natal e Ano Novo. O presidente do Sindicato Nacional dos Maquinistas dos Caminhos de Ferro Portugueses, António Medeiros, explica que os trabalhadores querem que a empresa cumpra o acordo assinado em junho deste ano, comprometendo-se a não pressionar ou reprimir os funcionários que optem por fazer greve.

<http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=507745&tm=8&layout=123&visual=61>

### **Verdes, PCP e BE querem parar barragem do Tua para salvar Douro património mundial**

*09 Dez, 2011, 12:40 / atualizado em 09 Dez, 2011, 12:40*

PCP, BE e Verdes concordam que a única solução para salvar a classificação do Douro como património mundial da humanidade é parar a construção da barragem do Tua. O Governo promete fazer tudo o que estiver ao seu alcance para minimizar os impactos da barragem e manter a distinção da UNESCO, mas os Verdes sublinham que todas as desclassificações que tiveram lugar até hoje começaram com um relatório como este, como relata a repórter Madalena Salema.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=507783&layout=123&visual=61&tm=9&>

### **Nissan trava fábrica de Cacia porque é "desnecessária"**

*13 Dez, 2011, 09:03 / atualizado em 13 Dez, 2011, 11:42*

A Nissan decidiu suspender a construção da fábrica de baterias elétricas de Cacia, em Aveiro, porque as outras quatro fábricas onde já são produzidos os mesmos componentes são suficientes para o grupo atingir os seus objectivos. A explicação é dada pelo porta-voz da Nissan, António Pereira Joaquim, que esclarece que a produção de baterias nas outras fábricas está a superar as expectativas.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=508878&layout=123&visual=61&tm=6&>

### **BE quer saber se foram dadas contrapartidas à Nissan**

*13 Dez, 2011, 15:49*

O Bloco de Esquerda quer que o governo esclareça se foram dadas à Nissan as contrapartidas acordadas, entre o Estado e a empresa, para que esta se instalasse em Portugal, e caso isso tenha acontecido, o bloco exige também saber se o Estado vai pedir a devolução dessas contrapartidas, porque em causa está o "dinheiro dos contribuintes", sublinha o deputado do BE Pedro Filipe Soares.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=508990&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **Na Capital Europeia da Cultura Guimarães 2012 a "estrela" é a cidade**

*14 Dez, 2011, 15:27 / atualizado em 14 Dez, 2011, 15:27*

O diretor executivo da Fundação Cidade de Guimarães, Carlos Martins, assegura que nas iniciativas da Capital Europeia da Cultura Guimarães2012 "a cidade é a estrela e as pessoas da cidade são as estrelas". Não haverá espetáculos de um milhão de euros, mas haverá muita criatividade, apresentações de rua especialmente pensadas para Guimarães e muitos artistas portugueses. No dia em que foi apresentada a programação artística da Guimarães 2012, que arranca a 21 de janeiro, o concerto da Fundação Orquestra Estúdio esgotou e tem repetição marcada para amanhã, como relata a repórter Alexandra Madeira.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=509426&layout=123&visual=61&tm=4&>

### **Roubo de matrículas aumenta no Algarve, autoridades investigam ligação às**

## **portagens na A22**

*14 Dez, 2011, 16:17*

O comandante da PSP de Faro, Vítor Rodrigues, confirma à Antena1 que o número de denúncias por roubo de matrículas tem vindo a aumentar desde há uma semana atrás, quando entraram em vigor as portagens na A22. Vítor Rodrigues não pode, para já, afirmar se o fenómeno está relacionado com o facto de a circulação na Via do Infante ter deixado de ser gratuita, mas está a investigar os incidentes. Em menos de 15 dias já foram roubadas cerca de 30 matrículas. Só na madrugada do dia 8 de dezembro, data em que a A22 começou a ser portajada, pelo menos dez automóveis ficaram sem matrícula e todos estavam estacionados na mesma rua de Olhão.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=509444&layout=123&visual=61&tm=8&>

## **CGTP promete não baixar os braços na luta contra a "ilegalidade" do aumento do horário laboral**

*14 Dez, 2011, 16:34*

O secretário-geral da CGTP, Carvalho da Silva, avisou esta tarde, na audiência com o Presidente da República, Cavaco Silva, que só vai parar de lutar contra o aumento do horário de trabalho quando o Governo recuar. Carvalho da Silva afirma que "perante a ilegalidade do ato todas as movimentações individuais e coletivas dos trabalhadores têm fortíssima razão de ser" e espera ser ainda capaz de travar a medida do Governo.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=509464&layout=123&visual=61&tm=8&>

## **Cavaco Silva defende igualdade e equilíbrio na repartição dos custos da crise e afirma que está a fazer tudo para limitar consequências da crise**

*20 Dez, 2011, 09:26 / atualizado em 20 Dez, 2011, 12:15*

O Presidente da República afirmou, em entrevista a um diário económico holandês, que é preciso encontrar "uma certa igualdade" e "equilíbrio" na repartição dos encargos da crise. Cavaco Silva disse ainda que as suas maiores preocupações são a coesão social, o desemprego entre os jovens e o perigo social dos pobres, defendendo o diálogo entre PS e PSD. Cavaco garante que está a fazer tudo para limitar as consequências da crise. Pormenores com a jornalista Raquel Morão Lopes.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=511252&layout=123&visual=61&tm=9&>

### **Vladimir Putin acusa Estados Unidos de quererem vassalos e não aliados**

*15 Dez, 2011, 14:00*

O primeiro-ministro russo, Vladimir Putin, acusou os Estados Unidos de não terem em consideração as opiniões dos países a quem chama de aliados, tomando sozinho decisões que afetam todos, como a de atacar o Afeganistão. Numa entrevista à televisão russa que durou mais de quatro horas, Putin também considerou que os Estados Unidos já não estão interessados em desempenhar o papel de polícia internacional. Como resume o correspondente da Antena1 em Moscovo, José Milhazes, o primeiro-ministro russo declarou ainda estar disponível para discutir com a oposição os motivos que têm levado milhares de manifestantes às ruas e prometeu que as eleições presidenciais do próximo ano serão mais transparentes.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=509772&layout=123&visual=61&tm=7&>

### **Acidente com autocarro escolar faz cinco feridos**

*16 Dez, 2011, 10:24*

Um acidente entre um veículo ligeiro e um autocarro escolar que transportava alunos para as escolas de Vila Nova de Paiva, no distrito de Viseu, fez esta manhã cinco feridos. O condutor da carrinha, que ficou ferido com alguma gravidade, e quatro crianças com ferimentos ligeiros, uma delas em estado de choque, foram levados para o Hospital de São Teotónio, em Viseu. O presidente da Câmara Municipal de Vila Nova de Paiva, José Morgado Ribeiro, avança à Antena1 que vai abrir um inquérito para apurar as causas do acidente.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=510105&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **Seguro acusa Passos Coelho de obedecer a Merkel e Sarkozy**

*16 Dez, 2011, 11:59 / atualizado em 16 Dez, 2011, 12:00*

O secretário-geral do PS acusou esta manhã o Governo de se limitar a aplicar a receita definida pela chanceler alemã, Angela Merkel, e pelo presidente francês, Nicolas Sarkozy. Durante o debate parlamentar quinzenal, António José Seguro defendeu que

“não há qualquer cacofonia na Europa, porque falam dois e os outros obedecem, em particular o senhor primeiro-ministro”.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=510124&layout=123&visual=61&tm=9&>

### **Escolas abrem portas durante as férias para servir refeições a crianças e adultos com necessidades**

*19 Dez, 2011, 12:57*

Os refeitórios escolares voltam a abrir portas durante as férias para servir almoços, e nalguns casos também pequenos-almoços e lanches, a alunos e famílias com dificuldades económicas. O fenómeno observa-se principalmente no Norte do país. Só no concelho de Matosinhos vão ser 23 os refeitórios abertos aos mais carenciados, e um deles é o da Escola Básica da Biquinha, que a repórter Cláudia Costa foi conhecer.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=510975&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **PS defende que aumento das taxas moderadoras é "excessivo"**

*21 Dez, 2011, 11:35*

O Partido Socialista defende que com o aumento das taxas moderadoras sobre as consultas e a criação de uma nova taxa sobre os serviços de enfermagem a saúde está "quase a atingir um ponto de cofinanciamento", em que as despesas são divididas entre o Estado e os utentes. O líder parlamentar do PS, Carlos Zorrinho, acredita que este aumento é "excessivo" e que em vez de fazer uma "gestão contabilística da carteira dos portugueses" através de imposição de taxas e impostos o Governo devia fazer reformas para tornar os serviços mais eficientes.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=511687&layout=123&visual=61&tm=9&>

### **CP garante: processos disciplinares abertos são por incumprimento de serviços mínimos em outras greves**

*21 Dez, 2011, 16:33 / atualizado em 21 Dez, 2011, 16:58*

A porta-voz da CP, Ana Portela, assegura que os processos disciplinares que estão em cima da mesa devem-se a incumprimento de serviços mínimos verificados em outras greves e foram decretados pelo Tribunal Arbitral, pelo que não há motivo para a

greve. Ana Portela afirma que "o sindicato só não desconvoca a greve porque não quer", tendo em conta que a CP já garantiu aos trabalhadores que "qualquer processo disciplinar que seja irregular por qualquer motivo será arquivado".

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=511811&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **Palavras de Passos Coelho sobre emigração geram troca de argumentos na AR**

*21 Dez, 2011, 16:56*

O Partido Socialista acusa o Governo de "desistir" e "apostar" na emigração daqueles que "mais podem ajudar o país", referindo-se aos professores, e sugere que o que devia ser criado era uma agência para o emprego ou para apoiar as PME's, em vez de uma agência nacional para a emigração, como sugeriu o eurodeputado social-democrata Paulo Rangel. PSD e CDS respondem dizendo que não foi este Governo, nem esta maioria quem "desgovernou o país durante estes anos", mas antes o Partido Socialista. Pormenores com a repórter Madalena Salema.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=511816&layout=123&visual=61&tm=9&>

### **PCP quer que evolução dos rendimentos familiares conte na atribuição de prestações sociais**

*22 Dez, 2011, 15:44*

O Partido Comunista apresentou esta quinta-feira uma proposta de alteração à lei da condição de recursos que permite à segurança social atualizar as prestações sociais a que uma família tem direito em função dos rendimentos que tem no momento. O deputado comunista Jorge Machado explica que as prestações sociais são atribuídas em função do IRS do ano anterior, sem ter em conta a evolução dos rendimentos familiares ao longo do ano corrente e que, por isso, quando um agregado familiar sofre uma perda repentina de rendimentos, como acontece quando um elemento fica desempregado, fica numa situação "muito débil" e mesmo assim não têm acesso a prestações sociais.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=512189&layout=123&visual=61&tm=9&>

### **Portugueses cortam prendas pela metade e apostam nas ofertas úteis**

23 Dez, 2011, 09:47

Na baixa de Lisboa, onde esteve a repórter Raquel Morão Lopes, a estratégia para este Natal é poupar e optar pelas prendas úteis. "Coisas que as pessoas teriam de comprar em alguma altura e eu aproveitei para dar como presente", esclarece Maria Fraga, uma das entrevistadas. Mas entre os que procuram ofertas em conta há também quem faça opções mais radicais e não ofereça coisa nenhuma porque "os tempos estão difíceis" e "não sabemos como vai ser" o próximo ano.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=512408&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **Dez mortos na estrada até ao momento na operação Natal**

26 Dez, 2011, 11:39

O número de mortos nas estradas durante a Operação Natal 2011 da GNR subiu esta madrugada para dez, depois de um acidente grave que ocorreu na zona de Tabuaço, no distrito de Viseu. A Operação Natal termina à meia-noite e conta até ao momento com 596 acidentes, 27 feridos graves e 186 feridos ligeiros. O major Carlos Pimentel faz o balanço da operação, comparando-a com a do ano anterior.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=512942&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **Presidente do INEM sugere que três dos cinco helicópteros parem à noite**

26 Dez, 2011, 11:48 / atualizado em 26 Dez, 2011, 11:48

Três dos cinco helicópteros do Instituto Nacional de Emergência Médica (INEM) podem deixar de trabalhar durante a noite. Em entrevista à agência Lusa, o presidente do INEM, Miguel Soares de Oliveira, afirma que os helicópteros têm uma "baixa eficiência" em relação aos custos que representam e que por isso a sua continuidade devia ser repensada e o dinheiro desviado para outro projeto "mais útil" para os utentes. Miguel Soares de Oliveira revela que, até ao final do ano, deverá haver uma decisão sobre a manutenção, ou não, dos cinco helicópteros com os horários de funcionamento atuais de 24 horas por dia.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=512945&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **Confederação do Comércio estima queda de 15% nas vendas deste Natal**

*27 Dez, 2011, 10:33*

A Confederação do Comércio e Serviços de Portugal afirma que este ano o comércio "ressentiu-se bastante" da situação de crise que o país atravessa, pelo que a queda nas vendas de Natal "nunca será inferior a 15%". Segundo o presidente da confederação, João Vieira Lopes, os setores têxtil e automóvel estão entre os mais afetados, com o setor alimentar a apresentar os melhores resultados, com quedas que não deverão ser superiores a um dígito.

<http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=513186&tm=6&layout=123&visual=61>

### **Cerca de 70 mil sírios manifestam-se em Homs para denunciar crimes do regime de Bashar al-Assad**

*27 Dez, 2011, 14:35*

O Observatório Sírio para os Direitos Humanos revela que cerca de 70 mil pessoas estão a juntar-se na praça al-Saa, em Homs, para denunciar e alertar a Liga Árabe para os crimes que têm sido cometidos pelo regime de Bashar al-Assad ao longo de nove meses de protestos. Esta manifestação acontece no dia em que a delegação de 60 observadores da Liga Árabe esteve de visita a Homs. O jornalista Nuno Felício conta que só na segunda-feira as forças do regime mataram mais de 40 pessoas e que por isso o acordo assinado na semana passada com a Liga Árabe não tem sido respeitado.

<http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=513257&tm=7&layout=123&visual=61>

### **Bastonário dos Médicos exige medidas para travar aumento do tempo de espera para exames em hospitais públicos**

*28 Dez, 2011, 10:11*

O bastonário da Ordem dos Médicos, José Manuel Silva, exige que o Governo tome medidas para travar o aumento do tempo de espera para fazer exames em hospitais públicos. José Manuel Silva afirma à Antena1 que o tempo de espera vai continuar a aumentar, tornando "inviável" que os doentes façam os seus exames no serviço público e prejudicando, não só os doentes, mas também a qualidade do Serviço Nacional de Saúde.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=513453&layout=123&visual=61&tm=2&>

### **Nordeste transmontano vai ficar sem 179 médicos e técnicos de saúde**

*28 Dez, 2011, 13:23*

O funcionamento dos serviços de cuidados de Saúde na região do Nordeste Transmontano vai ser afetado a partir do próximo ano com a dispensa de 179 médicos e técnicos de saúde. Os serviços de urgência, radiologia e medicina dentária são alguns dos que vão ficar em causa devido à falta de profissionais, mas o caso mais grave é o do serviço de urgência básica de Vila Nova de Foz Côa que terá mesmo que fechar se as equipas não forem reforçadas. O alerta é feito pelo diretor do Agrupamento de Centros de Saúde Alto Trás-os-Montes I - Nordeste, Vítor Alves, como registou o repórter Virgílio Cavaco.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=513507&layout=123&visual=61&tm=2&>

### **Partido Alternativa Espanhola pede fim da lei que permite aborto**

*28 Dez, 2011, 14:51*

O partido Alternativa Espanhola quer que o Governo revogue a legislação que autoriza a interrupção voluntária da gravidez, e, por isso, está esta tarde a promover concentrações antiaborto em 15 cidades do país, às quais se seguirá a entrega de uma carta ao presidente da Comissão Europeia, Durão Barroso. As manifestações surgem depois de o Executivo ter anunciado que ia rever a lei que regula a interrupção voluntária da gravidez, que, como explica o jornalista Nuno Felício, foi alterada pelo Governo anterior há pouco mais de um ano.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=513550&layout=123&visual=61&tm=7&>

### **Missão humanitária portuguesa parte esta tarde para Bissau**

*28 Dez, 2011, 12:34*

A missão humanitária da associação Afetos com Letras parte esta tarde para Bissau para levar bens alimentares, água, medicamentos, formação e cuidados de saúde a crianças necessitadas. Trata-se de uma missão de 12 dias, que envolve 14 voluntários, entre médicos e professores, sem medo de rumar à cidade de onde nos últimos dias chegam notícias de agitação militar e política. A presidente da associação Afetos com Letras, Joana Benzinho, garante que está tudo preparado para os receber e que não

teve qualquer "indicação" ou "aconselhamento" para abortar a missão. A jornalista Anabela Silva conta mais pormenores.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=513481&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **Sapadores de Lisboa em greve a partir das oito da noite contra horários de trabalho**

*28 Dez, 2011, 17:38*

O Regimento de Sapadores Bombeiros de Lisboa vai entrar em greve contra as alterações aos horários de trabalho a partir das oito da noite desta quarta-feira e até dia 8 de janeiro. O coordenador do departamento de bombeiros do Sindicato dos Trabalhadores do Município de Lisboa, António Pascoal, explica que vão ser assegurados os serviços mínimos, o que significa que durante estes dez dias os bombeiros só vão acudir a população em caso de "risco eminente de vida humana", como acontece num incêndio ou quando alguém fica encarcerado dentro do carro, na sequência de um acidente de viação.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=513616&layout=123&visual=61&tm=8&>

### **Hepaturix alerta para falta de segurança para fazer transplantes hepáticos pediátricos**

*29 Dez, 2011, 09:34 / atualizado em 29 Dez, 2011, 12:16*

O presidente da assembleia geral da Associação Nacional das Crianças e Jovens Transplantados ou com Doenças Hepáticas (Hepaturix), Vítor Martins, explica à Antena1 que em Portugal não estão reunidas as condições de segurança para transplantar fígados em crianças. Vítor Martins admite que o médico que costumava fazer este tipo de transplantes nos Hospitais da Universidade de Coimbra, Emanuel Furtado, está disponível para voltar a integrar o programa se as condições necessárias forem reunidas. Caso tal aconteça, Vítor Martins não vê motivos para que este serviço não seja reativado antes do prazo apontado pelo Governo, isto é, antes de março.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=513761&layout=123&visual=61&tm=2&>

### **Samoenses festejam passagem de ano mais cedo e ficam sem um dia no calendário**

*30 Dez, 2011, 10:08*

No arquipélago de Samoa, no oceano Pacífico, 2011 vai ficar para a história por saltar um dia no calendário, passando diretamente de quinta-feira para sábado. A situação bizarra acontece porque Samoa vai mudar de fuso horário para acertar o relógio com as vizinhas Austrália e Nova Zelândia, o que obriga os samoenses a avançar 24 horas e a suprimir o dia 30 de dezembro do calendário. Samoa deixa assim de ser o último país a ver o pôr-do-sol e a festejar a chegada do novo ano para passar a ser o primeiro a ver o nascer do sol e de 2012. Pormenores com o jornalista Nuno Felício.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=514066&layout=123&visual=61&tm=7&>

### **Só os juros do crédito à habitação vão ser dedutíveis no IRS a partir de 2012**

*30 Dez, 2011, 10:36*

No próximo ano vai ser possível amortizar 30% de todas as despesas com a habitação e as rendas continuam a ser dedutíveis no IRS. Mas para quem está a pagar a casa ao banco, só vai ser possível amortizar os juros do crédito à habitação. O jornalista Nuno Patrício conta mais pormenores sobre o que vai mudar com as novas regras para as deduções no IRS no que diz respeito à habitação, seguros e Planos Poupança Reforma.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=514082&layout=123&visual=61&tm=6&>

### **Mais valias bolsistas e imobiliárias entram nas contas da isenção de taxas moderadoras**

*30 Dez, 2011, 15:48 / atualizado em 30 Dez, 2011, 16:14*

Rendimentos de trabalho, mais-valias bolsistas, imobiliárias e prestações sociais. A partir de 2012 tudo isto vai contar para definir quem tem direito a isenção de taxas moderadoras por motivos económicos. O utente já não precisa de mostrar o seu talão de vencimento no centro de saúde para comprovar a sua condição, e passa a ser a administração tributária que informa o Ministério de Saúde sobre quem é isento - todos os agregados familiares cuja média de rendimento mensal é inferior a 628€, como explica a repórter Arlinda Brandão.

<http://www.rtp.pt/noticias/?article=514198&layout=123&visual=61&tm=2&>