

# **O *podcast* e as rádios locais: o caso da Alto Minho FM**

**(Versão final após defesa)**

**Ana Margarida Gomes da Silva**

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em  
**Jornalismo**  
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Ricardo José Pinheiro Morais

**novembro de 2021**



# Agradecimentos

Sempre que acontece a concretização de algum trabalho ou de algum feito, que muitas vezes parece intransponível, temos sempre alguém ao nosso lado que nos ajuda e que nos mostra o papel da perseverança. Muito obrigada a quem esteve lá, a oferecer apoio de ação e apoio moral.

Em primeiro lugar agradeço ao orientador Ricardo Morais, por me ter acolhido neste projeto e me ter dado a total liberdade de produção. Nesta fase, acho que sem a sua ajuda não teria concretizado nem metade deste relatório.

Obrigada, Pai, Mãe e Filipa, a minha irmã. Agradeço os momentos de apoio e os puxões de orelhas. Mais uma vez, obrigada por me terem deixado sonhar e de me terem mostrado que com trabalho tudo se consegue. Com isto também tenho que salientar o papel dos meus tios e primos. Obrigada pelos momentos de descontração.

Também não posso deixar de referir os nomes de José Rito e Sandra Rito, a minha segunda família, desta vez da Covilhã, que me deram a mão durante a primeira vez que saí do concelho de Ponte da Barca e, por conseguinte, da minha zona familiar e de conforto.

Só tenho que agradecer à Rádio Alto Minho FM pela oportunidade e pelas críticas construtivas dos seus profissionais. Obrigada, Ana Peixoto Fernandes, João Lomba, Fernando Serrão, Miguel Costa, Pedro Xavier e Rui Gonçalves.

Em termos de amizade também não posso me queixar. Com medo de me esquecer de algum nome crucial para este processo vou só homenagear as suas capitais de distrito e de estados. Obrigada, Viana do Castelo, Braga, Viseu, Guarda, Castelo Branco, Lisboa, Leiria, Santarém, Rio de Janeiro e Uberlândia.

Como este projeto é sobre o mundo mágico da rádio e pelo facto de a música ser um dos conteúdos mais importantes do meio radiofónico, vou citar os artistas que me acompanharam nesta jornada. Obrigada, The Clash, Rolling Stones, Elton John, Joan Jett, Cláudia Pascoal, Cranberries, Diabo na Cruz, e muitos mais, pela companhia nas horas mais solitárias e stressantes.

Por último, obrigada Cidade-Neve e Universidade da Beira Interior por estes longos e felizes cinco anos.



## Resumo

O presente relatório surge na sequência do estágio realizado na rádio Alto Minho FM durante seis meses (21 de setembro de 2020 a 19 de março de 2021), e que teve como principal objetivo o desenvolvimento de uma investigação sobre a relação entre as rádios locais e o *podcasting*.

Considerando a importância que as rádios locais tiveram, em termos históricos, e continuam ainda a ter, no país, nomeadamente em termos da proximidade que permitem estabelecer com as comunidades, neste relatório procuramos perceber de que forma estes meios de comunicação se adaptaram às mudanças introduzidas pelas novas tecnologias e às novas possibilidades criadas pela Internet. Analisamos em particular as potencialidades do *podcasting*, que uns consideram apenas uma nova forma de partilha de conteúdos, enquanto outros o entendem como um novo *medium* criativo, dotado de características particulares.

Através da realização do estágio na já referida Alto Minho FM, e utilizando esta rádio como estudo de caso, tentamos perceber a importância que é atribuída aos *podcasts* no contexto da produção radiofónica desta rádio local.

Para além da observação participante realizada durante o estágio, procedemos também a uma análise da grelha de programação e dos *podcasts* produzidos, tendo ainda realizado entrevistas junto dos responsáveis e animadores da emissora radiofónica. A utilização de diferentes técnicas de recolhas de dados permitiu-nos perceber que os *podcasts* já fazem parte da estratégia da rádio Alto Minho FM, apesar de a sua utilização ainda ser limitada, uma vez que se encontra sobretudo ligada à própria programação, ou seja, os *podcasts* resultam de uma replicação de conteúdos.

## Palavras-chave

Rádios Locais; Internet; *Podcasts*; Alto Minho FM.



# Abstract

This report follows the internship held at Alto Minho FM radio for six months (21 September 2020 to 19 March 2021). Its main objective was to develop an investigation into the relationship between local radios and podcasting.

Considering the importance that local radios had, in historical terms, and continue to have, in the country, namely in terms of the proximity they allow to establish with the communities, in this report we seek to understand how these media have adapted to the changes introduced by new technologies and the new possibilities created by the Internet. We analyze the potential of podcasting, which some consider just a new way of sharing content. In contrast, others understand it as a new creative medium endowed with particular characteristics.

Through an internship at the Alto Minho FM mentioned above and using this radio as a case study, we tried to understand the importance attributed to podcasts in the context of the radio production of this local radio.

In addition to the participant observation carried out during the internship, we also analyzed the program schedule and the podcasts produced, having conducted interviews with the responsible and animators of the radio station. The use of different data collection techniques allowed us to realize that podcasts are already part of the Alto Minho FM radio strategy. However, their use is still limited, as it is mainly linked to the programming itself; that is, podcasts result from a replication of content.

## Keywords

Local Radios; Internet; *Podcasts*; Alto Minho FM.



# Índice

Introdução .....	1
Parte I - Enquadramento teórico .....	5
Capítulo 1. A história da rádio: das emissoras piratas às rádios locais .....	7
1.1. O movimento das rádios livres e piratas na Europa .....	7
1.2. Os aficionados da rádio e as primeiras rádios piratas em Portugal .....	14
1.3. A lei da rádio, o concurso público e processo de legalização das rádios piratas .....	26
1.4. O despertar das rádios locais em Portugal: o meio próximo das comunidades .....	39
1.4.1. A programação das rádios locais: da informação aos discos pedidos.	43
1.5. A rádio Alto Minho FM no contexto das rádios locais .....	46
1.6. As mudanças no cenário mediático e os desafios das rádios locais .....	49
Capítulo 2. As rádios locais, a Internet e os <i>podcasts</i> .....	57
2.1. A Internet e as mudanças no meio radiofónico .....	57
2.2. A rádio na web e as <i>webrádios</i> .....	62
2.3. Os <i>podcasts</i> como uma oportunidade para reinventar a rádio? .....	66
2.4. As rádios locais e os desafios da digitalização .....	69
2.4.1. Os <i>podcasts</i> no contexto das novas oportunidades para as rádios locais .....	72
Parte II - Investigação empírica .....	75
Capítulo 3. A metodologia e o desenho da investigação .....	77
3.1. O problema, os objetivos e as hipóteses de investigação .....	77
3.2. As técnicas e ferramentas de recolha de dados .....	78
3.2.1. O estágio enquanto componente da investigação e estratégia para a recolha de dados .....	79
3.2.2. A recolha de dados através da observação participante .....	80
3.2.3. A análise da grelha de programação e dos <i>podcasts</i> da Alto Minho FM .....	81
3.2.4. As entrevistas enquanto instrumento de recolha de dados .....	82
Capítulo 4. Apresentação e discussão dos resultados .....	85
4.1. A Internet, os <i>podcasts</i> e as rádios locais .....	85
4.2. Aspetos identificados através da observação participante .....	86
4.3. Resultado da análise dos <i>podcasts</i> da Alto Minho FM .....	87

4.4. Análise das entrevistas realizadas aos profissionais da Alto Minho FM .....	89
4.4.1. Caracterização dos profissionais entrevistados .....	90
4.4.2. A Internet, os <i>podcasts</i> e as rádios locais .....	91
4.4.3. A estratégia digital da Alto Minho FM e a aposta nos <i>podcasts</i> .....	93
4.4.4. Os profissionais da Alto Minho FM e o futuro da rádio local .....	94
Considerações finais .....	97
Limitações da investigação .....	99
Propostas para investigações futuras .....	100
Referências Bibliográficas .....	103
Anexos .....	115
Anexo I. Critérios e grelha de análise dos <i>podcasts</i> .....	117
Anexo II. Guião para a entrevista aos profissionais da Alto Minho FM .....	119
Anexo III. Entrevista a Rui Gonçalves .....	121
Anexo IV. Entrevista a Celso Carvalhosa .....	125
Anexo V. Entrevista a Miguel Costa .....	129



# Lista de Acrónimos

AM	Amplitude Modulada
CEE	Comunidade Económica Europeia
ERC	Entidade Reguladora para a Comunicação Social
FM	Frequência Modulada
OBERCOM	Observatório da Comunicação
RSS	Really Simple Syndication
UE	União Europeia





# Introdução

Nas últimas décadas assistimos a um conjunto de mudanças, em grande medida provocadas pelas inovações tecnológicas, que acabaram por afetar grande parte dos setores da sociedade. Os meios de comunicação não escaparam a esta vaga de transformação tecnológica e também eles foram obrigados a encontrar formas de se adaptar, nuns casos, de se transformar, noutras situações.

No caso particular da rádio podemos observar, através da análise da história deste meio, que muitas têm sido as ameaças e os anúncios quanto à sua morte prematura. No entanto, a sua capacidade de resiliência e adaptação fazem da rádio um dos meios de comunicação que melhor tem conseguido evoluir, aproveitando as novas potencialidades introduzidas pelas tecnologias, que acabaram também por afetar os próprios consumidores e, neste caso, os ouvintes.

É neste contexto, marcado por mudanças tecnológicas, mas também sociais, de práticas e de hábitos de consumo, que surge este relatório, que procura explorar em particular o potencial dos *podcasts*, uma das novas tendências do meio radiofónico no ambiente digital, mas tendo como pano de fundo as rádios locais.

Assim, o presente relatório, que surge na sequência do estágio realizado na Alto Minho FM, rádio local da cidade de Viana do Castelo, procura perceber qual a importância que o *podcast* tem no âmbito da produção radiofónica da Alto Minho FM? Com esta pergunta, procurámos perceber de que forma é que a rádio local objeto de estudo tem vindo a trabalhar os *podcasts*, considerando não apenas a sua produção, mas o próprio processo de decisão, uma vez que procurámos também avaliar em que medida é que este tipo de formato de distribuição faz parte da estratégia da própria rádio.

Tentámos assim entender, no âmbito de um conjunto de objetivos mais específicos, como é que a rádio Alto Minho FM produz os conteúdos que anuncia no seu site como sendo *podcasts*; avaliar se esses conteúdos podem efetivamente ser considerados enquanto *podcasts*, tendo em conta aquelas que são as características do *podcasting*; analisar que tipo de temas são abordados; e, por fim, verificar se os *podcasts* da Alto Minho FM são um complemento à programação ou se assumem como conteúdos distintos e nativos, ou seja, pensados e criados numa lógica distinta em relação à grelha de programação.

No que diz respeito à estrutura deste relatório, a sua organização divide-se em duas partes, o enquadramento teórico e a investigação empírica, a que se seguem as considerações finais, onde são apresentadas as conclusões da investigação, mas também as limitações e algumas propostas para estudos futuros. A primeira parte, dedicada à revisão da literatura está organizada em dois capítulos, o mesmo número que encontramos na segunda parte do trabalho.

No primeiro capítulo abordamos a história da rádio, começando por explorar o movimento das rádios livres e piratas na Europa, para de seguida nos concentramos no despertar do movimento em Portugal através de um conjunto de aficionados pelo meio radiofónico. Neste contexto falamos ainda do processo de legalização das rádios piratas que abririam porta para as rádios locais no país. A importância que estas têm nas comunidades, enquanto meio de proximidade é abordada nos pontos seguintes, que nos guiam até ao momento em que falamos da história da rádio onde realizamos o estágio, a Alto Minho FM. O capítulo encerra com uma primeira abordagem às mudanças que se verificaram no meio radiofónico e os desafios que se colocam a este meio de comunicação local.

No segundo capítulo analisamos as mudanças que a Internet veio trazer para o meio radiofónico, e em particular para as rádios locais, abordando as tendências de criação de *webrádios*, mas também o aproveitamento das potencialidades do ambiente digital por parte das rádios. No contexto da análise das novas tendências do sector destacamos o papel dos *podcasts*, indagando sobre a relevância que estes podem na transformação e reinvenção da rádio.

O terceiro capítulo, dedicado à metodologia e desenho da investigação, inicia a segunda parte, dedicada às dimensões empíricas do trabalho. Começamos por apresentar o problema, os objetivos e as hipóteses da investigação, para depois explicarmos as opções em termos de métodos e técnicas de recolha de dados, destacando desde logo a importância do estágio enquanto componente da investigação e estratégia que permite o desenvolvimento da aprendizagem e ao mesmo tempo a recolha de informação. Abordamos depois os motivos que nos levaram a optar pela observação participante, no âmbito do estágio realizado, mas também pela análise dos *podcasts* e das entrevistas aos profissionais da Alto Minho FM.

No quarto capítulo apresentamos os principais resultados da investigação e procedemos à discussão dos mesmos, começando por destacar as atividades realizadas no âmbito do estágio, expondo de seguida um conjunto de aspetos que identificámos

através da observação participante. A análise feita aos *podcasts* da Alto Minho FM, bem como as respostas e ideias mais relevantes das entrevistas realizadas aos profissionais da estação são apresentadas de seguida.

O trabalho encerra com as considerações finais, onde para além das conclusões mais importantes, são apresentadas as limitações do estudo e as propostas para investigações futuras. Este relatório, que surge na sequência do estágio realizado na rádio Alto Minho FM, apresenta assim os resultados quer da experiência profissional obtida, quer da investigação realizada, que procurou avaliar a importância que é atribuída aos *podcasts* no contexto da produção radiofónica da rádio local Alto Minho FM.



# **Parte I**

## **Enquadramento Teórico**



# **Capítulo 1. A história da rádio: das emissoras piratas às rádios locais**

Neste primeiro capítulo começamos por fazer uma abordagem histórica, destacando os movimentos que estiveram na origem das rádios livres e piratas na Europa, para logo de seguida nos concentrarmos no contexto português e nos primeiros aficionados pela rádio no país. Abordamos depois a dimensão legislativa, realçando em particular o concurso público e o processo de legalização das rádios piratas, que abriria portas para o surgimento das rádios locais.

No ponto seguinte falamos da importância das rádios locais, enquanto meio de comunicação de proximidade, enfatizando a sua programação, feita de informação, mas também de conteúdos musicais e programas, como os discos pedidos, que marcaram a história do meio radiofónico.

Encerramos o capítulo com uma apresentação da rádio Alto Minho FM, órgão de comunicação onde realizámos o estágio, que esteve na origem deste relatório. Para além de abordarmos a história da rádio, procuramos destacar a sua importância no contexto das rádios locais, antes de salientarmos as mudanças que se registaram no cenário mediático nas últimas décadas e que colocam diferentes desafios às rádios locais.

## **1.1. O movimento das rádios livres e piratas na Europa**

Começamos este primeiro ponto com uma importante distinção entre dois conceitos que são centrais na história do meio radiofónico, embora muitas vezes sejam usados de forma indistinta. Referimo-nos aos conceitos de rádios livres e rádio piratas. No caso das rádios livres podemos dizer que as mesmas tiveram grande protagonismo em Itália e na França, tendo sido nestes territórios que o movimento emerge pela primeira vez, bem como a própria designação.

“[em Itália e França] onde o fenómeno se caracteriza pela emergência de projetos que têm na sua génese a afirmação de determinados grupos defensores de várias causas sociais ou políticas. A expressão é muito utilizada para designar os movimentos que se afirmam livres de interferências políticas e económicas. A expressão Rádios Livres nasceu no final dos anos 60 em Itália quando a rádio de Belia, Sicília, começou a emitir colocando na praça pública as injustiças de que os habitantes estariam a ser vítimas (Cazenave, 1980, p.36, apud Bonixe, 2019, p. 14).

Já as rádios piratas são caracterizadas como sendo as emissoras “que emitiam sem enquadramento legal e, por isso, sem licença”. Foi precisamente esta ausência em termos legais que deu origem ao termo “rádio-pirata” [que] esconde a diversidade de emissoras que surgiram a partir do final da década de 50 no continente europeu e sublinha o seu carácter subversivo, por emitirem sem qualquer enquadramento legal” (Bonixe, 2019 p. 14).

A criação desta tipologia de emissoras radiofónicas surge sobretudo como uma “expressão das populações relativamente à sua identidade e pode ser considerado como um fenómeno nacional de expressão da cidadania” (Bonixe, 2017a, p. 46). Nesse sentido, é necessário criar um quadro dos principais fatores que contribuíram para a implantação das rádios piratas e livres na sociedade do século XX, salientando que foram muitos os fatores que estiveram na sua génese. Um dos aspetos mais importantes foi a falta de informação que existia sobre determinadas regiões e, por conseguinte, o monopólio das localidades mais desenvolvidas e com maior dimensão populacional. Os pioneiros das emissoras radiofónicas mostravam-se por isso “descontentes com a escassez de representação das suas regiões nos espaços mediáticos” (Bonixe, 2017a, p. 46).

A criação das rádios livres e piratas surgiu assim como uma tentativa de criar meios de comunicação alternativos. Uma das razões para esse intento resume-se no facto de que os meios que vigoravam na época em questão eram considerados como sendo instrumentos monopolizados pelo Estado e pelos grupos económicos (Bonixe, 2010a, p.2).

Uma ideia que pode ajudar a clarificar a afirmação anteriormente exposta, a necessidade de dar voz a regiões ignoradas pelos *media*, é o princípio de que o jornalismo, e, por conseguinte, os meios de comunicação, devem ser portões de informação para todos os cidadãos, proporcionando, assim, a possibilidade de as diferentes comunidades “se expressarem através deles” (Bonixe, 2010a, p. 2). Com esse pressuposto também podemos argumentar que “as pequenas rádios permitiram que outros protagonistas da vida social pudessem aceder a este meio” (Jorge & Batista, 2020, p.7). Nesta altura, podemos referir de uma forma breve o caso do território nacional, em que este desejo fez com que surgissem centenas de rádios em Portugal, nomeadamente “no período entre 1977 e 1988” (Bonixe, 2017a, p. 46).

Outro aspeto também vincado nas características das rádios livres e rádios piratas é a tentativa de as mesmas proporcionarem e desenvolverem visões sobre realidades que

não entravam na esfera mediática dos meios de comunicação tradicionais da época, mais precisamente nas décadas de 60, 70 e 80 (Jorge & Batista, 2020, p.7), visto que os media tradicionais tinham a tendência de “privilegiar determinadas temáticas e vozes, marginalizando outras” (Bonixe, 2019, p. 18). Outra ideia expressada pelo autor reporta à constatação de que as rádios livres conseguiam dar voz a quem não a tinha e, de acordo com Umberto Eco, essas emissoras representavam claramente o princípio da liberdade de expressão, “baseada na palavra direta e de livre acesso” (apud Bonixe, 2019, p. 19).

É também por este motivo que estas rádios eram consideradas como meios de comunicação indesejados pelos poderios vigentes, apesarem de terem nascido “com poucos recursos, sem ambição comercial e fracas ao nível da programação” (Silva, 2015, p. 47). Nesse sentido, é importante ressaltar que estas rádios careciam de uma legislação e de um modo de funcionamento próprio (Bonixe, 2019, p. 29).

Depois de salientar um aspeto prejudicial do universo das rádios ditas liberais e que também era uma maneira de ir contra o sistema que imperava na sociedade vigente, é imperativo destacar outra novidade trazida pelas mesmas. Com o facto de as novas emissoras radiofónicas conseguirem trazer novas personagens, novos temas, novas culturas e novos profissionais, elas proporcionaram uma nova estética ao espaço mediático nacional e internacional. “As rádios locais introduziram novos registos na mensagem radiofónica, como resultado da entrada de outros atores no meio” (Bonixe, 2019, p. 19).

A situação ficou marcada pelo novo conteúdo exposto pelas rádios em paralelo com a constituição de uma nova forma de transmitir informação e entretenimento (Bonixe, 2019, p. 20). Exemplos disso são a simplicidade da linguagem e da mensagem (Prado, 1981, p. 251 apud Bonixe, 2019, p. 20) e o uso das linguagens típicas das regiões, retirando, assim, a ideia de que a rádio seria um instrumento oficial dos dirigentes das nações (Umberto Eco, 1981, pp. 221-222 apud Bonixe, 2019, p.20). Com essa ideia, também podemos visualizar que as novas emissoras conseguiram proporcionar aos ouvintes uma participação ativa na construção e solidificação das rádios como, por exemplo, com a capacidade de “de dar a palavra aos ouvintes, permitindo-lhes participar no discurso radiofónico.” (Bonixe, 2019, p. 21).

Com os tópicos anteriormente expostos também é possível discutir que a programação das rádios livres e das rádio piratas se diferenciava das restantes e isso aconteceu por causa da entrada de novos atores no espaço mediático, como já foi referido

anteriormente (Bonixe, 2019, p. 22) e, nesse sentido, foi permitida “uma grande diversidade cultural e política; as emissoras comerciais que emitem música rock e anúncios coexistem com as emissoras politizadas” (Umberto Eco, 1981, p. 216 apud Bonixe, 2019, p. 22).

Porém, tudo isso não seria possível se as criações destas rádios não surgissem no pós-ditadura. Isto quer dizer que “o movimento que conduziu à liberalização do setor da rádio na Europa é a face visível do fim de regimes de ditadura na Europa e a conquista da democracia” (Bonixe, 2019, p. 23). O professor e investigador Luís Bonixe acredita que a abertura dos *media* a novos protagonistas foi um alicerce para estruturar a democracia, especialmente nos casos em que os países se viram aprisionados durante muitos anos nos regimes ditatoriais (Bonixe 2019, p. 23). Com isso, podemos considerar que a abertura a novos temas e atores seria alvo de perseguição por parte da polícia política e sujeita a censura, mas em época de liberalização, as emissoras não tiveram a vida fácil devido à legislação vigente e aos poucos recursos financeiros das mesmas. Esta informação consegue fazer um paralelismo com a ideia de que a criação das emissoras tem que ser contextualizada com a conjuntura da época, nomeadamente a nível social e político (Bonixe, 2019, p. 29).

Já neste período eram notórios os constrangimentos que estas rádios enfrentavam, considerando a sua importância para o mundo mediático. Quer isto dizer que muitas emissoras foram proibidas de emitir por serem consideradas ilegais, porém, muitas atividades foram realizadas para demonstrar a importância destes meios de comunicação, destacando-se “movimentos de grupos de cidadãos que procuravam garantir a existência da sua rádio local e as tomadas de posição política de alguns autarcas portugueses em defesa das rádios locais” (Bonixe, 2017a, p. 47).

Mais tarde, com a legislação criada para as novas emissoras, surgiram diferentes tipologias que envolviam as rádios, sendo de destacar que depois de o Estado dominar o ecossistema radiofónico “passou-se para um regime aberto onde proliferam cada vez mais as emissoras, pequenas e grandes, pertencentes a grupos privados de comunicação social” (Bonixe, 2019, p. 31).

O problema deste cenário é que muitas rádios passaram a ser comandadas pelas emissoras radiofónicas com poderio económico, criando, assim, as rádios cadeia, ou seja, emissoras que não têm uma emissão própria e que passam a ser uma réplica de outras. Esse cenário pode ser descrito da seguinte maneira: “proprietários e administradores estão fora da esfera local. Ou seja, vêm do exterior para operar uma

emissora em uma comunidade com a qual não se sentem particularmente ligados” (Pérez, 1994) A situação faz com que “os conteúdos [sejam], na maior parte dos casos, destituídos do seu carácter de proximidade podendo conduzir a um afastamento da comunidade, razão de ser da existência das rádios locais” (Hood, 2010). Voltaremos a abordar estes aspetos no decorrer do capítulo.

Para contextualizar melhor o movimento das rádios livres e piratas é necessário contar a história de algumas emissoras criadas no continente europeu. Em primeiro lugar, destaca-se uma das primeiras emissoras a emitir dessa forma: a Rádio Merkur FM. Situada na Dinamarca, a Radio Merkur FM “emitia a partir de um barco ao largo de Copenhaga” (Bonixe, 2019, p. 32). Depois desta experiência, as novas tipologias de rádio alastraram-se, e formaram-se novos projetos que entraram para a história dos *media*, como, por exemplo, a Rádio Veronique (Holanda) e a Rádio Caroline (Grã-Bretanha) (Bonixe, 2019, p. 32).

Tal como aconteceu em Portugal, as rádios livres e as rádios piratas nos países europeus também sofreram represálias provenientes da política e da economia. Isso verificou-se no Reino Unido em que durante a década de 70 “o governo britânico proibia a emissão das rádios piratas” (Bonixe, 2019, p. 32). Nesse sentido, também podemos destacar e evidenciar o caso francês. Na mesma década, o governo gaulês, com a entrada no poder da direita francesa, promoveu uma perseguição às rádios não convencionais e é “aprovada a lei Lecat que previa a multa de 100 mil francos e um ano de prisão para quem utilizasse ilegalmente as ondas de rádio” (Bonixe, 2019, p. 33).

Tal como aconteceu em Portugal, os criadores de emissoras radiofónicas não perderam a sua motivação e continuaram a levar os seus conteúdos para os seus ouvintes de forma considerada clandestina e, no ano de 1982, o cenário mudou, tendo em conta que o governo francês “concedeu as primeiras 22 frequências” (Bonixe, 2019, p. 34). No início dos projetos livres a França ficou conhecida pela aposta que permitiu dar voz a “estudantes, ambientalistas, associações e sindicatos” (Reis, 2014, p. 13), sendo que o tema da ecologia marcou de forma significativa a radiofonia francesa, tornando-se um palco para o aparecimento das rádios-verdes (Lavoinne, s.d., apud Bonixe, 2017b, p. 55).

O caso mais paradigmático da demonstração da paixão pelas rádios livres e pelas rádios piratas situa-se em Itália, país onde se assistiu ao maior nascimento desta tipologia de emissoras radiofónicas. No total contam-se a criação de duas mil rádios livres, situação que fez com que a nação italiana passasse a ser conhecida como “o berço das rádios

livres” (Cazenave, 1980 apud Bonixe, 2019, p. 34). Tudo começou com as rádios Emmanuel-d’ Ancône, Milano-Internacional e Rádio Parma, criadas durante o ano de 1975. “Tal como no resto da Europa, a iniciativa de criação de rádios livres em Itália pertenceu a diversas camadas da sociedade, incluindo partidos políticos e grupos sociais” (Bonixe, 2019, p. 34).

Em 1976, o governo procedeu à “liberalização das emissoras de rádio em FM” (Bonixe, 2019, p. 34), mas só pensando nas rádios locais. Porém, ainda era preciso pensar na manutenção das emissoras consideradas livres e, em 1976, foi apresentado um projeto para garantir a legalização nesta tipologia radiofónica (Bonixe, 2019, p. 34).

Na altura em que esta questão se encontrava em discussão, acabou por nascer uma das rádios italianas mais famosas na história das rádios livres e piratas: a Rádio Alice. A emissora, durante os seus dois anos de existência, ultrapassou diversas barreiras por causa do seu estilo, marcado pela irreverência, sendo que um dos aspetos mais marcantes se relacionava com a “confrontação com os valores instituídos” (Umberto Eco, 1981, p. 223 apud Bonixe, 2019, p. 35). Esta rádio também é considerada como sendo um modelo a seguir, tendo em conta a promoção, que se afastava dos ditames sociais e comerciais vigentes na época em questão e, como acontece com todas as rádios originadas a partir desta tipologia radiofónica, a sua missão era criar um meio de comunicação alternativo, destacando por isso as mais variadas questões sociais (Bonixe, 2019, p. 35).

Passando agora para o país vizinho de Portugal, Espanha, podemos ver uma espécie de espelho da situação portuguesa no cenário das emissórias radiofónicas alternativas. Um dos motivos para a constatação deste facto é a ideia de que, paralelamente com a história portuguesa, também foi “o fim de um período de ditadura que ditou o início da luta pela liberalização das ondas” (Alboredas & Bonet, 2013 apud Bonixe, 2019, p. 36). Também é de salientar que “a luta dos profissionais da rádio por uma informação isenta e rigorosa” (Bonixe, 2019, p.36) foi um dos alicerces fundamentais para a instituição das rádios de âmbito local (Bonixe, 2019, p. 36), algo que também marcou os projetos piratas portugueses. Apesar de os dois processos terem semelhanças entre si, a verdade é que decorrem de forma simétrica. Um dos sinais disso é o facto de em Portugal a mudança do regime ocorreu a partir de uma revolução, já em Espanha ela deu-se a partir da elaboração de diversos decretos e leis depois de Franco ter morrido (Alboredas & Bonet, 2013, p. 21).

Todavia, as duas nações apresentam outras semelhanças, visto que os dois territórios também sofriam com um forte controlo estatal, o que provocava um monopólio no universo das rádios (Bonixe, 2019, p. 36). “O governo espanhol acabaria por abrir algumas concessões à iniciativa privada, mas tratou-se de uma abertura limitada” (Bonixe, 2019, p. 36), tendo em conta que as emissoras aceitaram as novas disposições governamentais, o que obrigou “a recorrer à Rádio Nacional de Espanha (RNE), que detinha a exclusividade da informação para transmitir os noticiários” (Bonixe, 2019, p. 36). No entanto, estas rádios acabavam por transmitir o que o Governo queria e pretendia. Uma ideia que pode comprovar isto mesmo é o facto de a emissora em questão ser o único projeto com autorização para trabalhar a própria informação no país que partilha fronteiras com Portugal (Toro, 1993, p. 194).

A situação viria, no entanto, a sofrer um revés com a autorização, por parte do Estado, da transmissão de informações de âmbito local e regional (Bonixe, 2019, p. 36). Apesar de o trabalho das emissoras privadas, pelo menos no início da vida sem ditadura, não ter sido vivido na sua plenitude, Espanha trouxe liberalização para o setor, ao contrário de Portugal que apostou na nacionalização. Mais tarde, depois de 1986, ou seja, com a entrada na CEE, atual UE, os dois territórios viram-se obrigados a seguir as tendências e leis da comunidade (Arboledas & Bonet, 2013, p.206).

“Com a morte de Franco, dá-se o “boom” da rádio em território espanhol” (Bonixe, 2019, p. 36), sendo que já no ano de 1977 seria instituída uma “liberalização da informação radiofónica” (Bonixe, 2019, p. 36). Para potencializar este instrumento “as cadeias privadas passaram a ter liberdade para fazer os seus próprios noticiários sem a obrigação de recorrer à RNE” (Bonixe, 2019, p. 36). Porém, nem tudo estava acabado e resolvido, porque “a liberalização das ondas em Espanha teve também argumentos de ordem política e técnica”, visto que era necessário aderir a projetos e ordens internacionais, nomeadamente por causa da entrada no projeto europeu (Bonixe, 2019, p. 37).

O projeto na origem deste movimento em Espanha intitulou-se como Ona Lliure e o mesmo foi criado “por estudantes de ciências da informação, ecologistas, homossexuais, feministas entre outros” (Bonixe, 2019, p. 37). Criada numa época conturbada, inovadora e criativa para a história da rádio, a emissora radiofónica “foi mandada encerrar pelo Ministério da Cultura espanhol” (Bonixe, 2019, p. 37), atitude que é considerada como sendo uma tomada de posição contra a criação do movimento das rádios livres. O mesmo aconteceu a mais rádios, ponto que se pode designar como repressão a estes mesmos projetos (Bonixe, 2019, p. 37).

Uma das medidas presentes no cenário referido relaciona-se com a instituição do Plano Técnico Transitório do Serviço Público de Radiodifusão Sonora. Esta lei proporcionava a distribuição das frequências em FM, com o aval do Estado, ou seja, o governo é que decidia quem é que estaria apto a ter lugar no FM. Esta situação teve a consequência de que acabaram por ser privilegiados “os grupos económicos e prejudicando a iniciativa daqueles que detinham menor poder financeiro” (Bonixe, 2019, p. 37).

## **1.2. Os aficionados da rádio e as primeiras rádios piratas em Portugal**

Em Portugal as rádios piratas tiveram o seu apogeu nos anos de 1977 e 1988 (Bonixe, 2017a, p. 46). Apesar de o processo ter marcado o território nacional durante mais de uma década de história, o momento mais importante e mais inovador deu-se, precisamente durante os anos 80 (Silva & Oliveira, 2014, p.26).

Como já foi referido anteriormente, nomeadamente quando falámos do nascimento deste tipo de emissoras, estas rádios surgiram com a necessidade de criar uma maior diversidade de conteúdos na esfera mediática e, por conseguinte, com a entrada de mais protagonistas e regiões nas lides mediáticas. No caso português, a necessidade de garantir uma proximidade das regiões com o mundo radiofónico foi um grande impulso para a criação dos projetos piratas (Bonixe, 2006, p. 157). “Em Portugal, as rádios locais aparecem fundamentalmente com um cariz localista e regional, assumindo-se, pelo menos numa primeira fase, como um palco para a expressão das populações e das comunidades locais” (Bonixe, 2006, p.160). A rádio foi o instrumento responsável por dar a conhecer acontecimentos de carácter regional aos portugueses (Martins, 2001, p. 12), transmitindo informações, mas dando também a conhecer os próprios costumes das regiões, sendo que as mesmas não tinham protagonismo no sistema mediático português, neste caso no setor radiofónico.

Nesse sentido, “esse desejo de afirmação da sua identidade local conduziu à criação de mais de seis centenas de rádios piratas em todo o país” (Bonixe, 2017a, p. 46). Esta ideia engloba o facto de que “foi a aproximação às comunidades locais que caracterizou o fenómeno nos primeiros anos da sua existência” (Bonixe, 2006, p. 157). No entanto, para muitas camadas sociais, o sistema radiofónico português existente no período das emissoras piratas era considerado como limitador, visto que dava privilégio e demasiada cobertura a algumas regiões, como as cidades de maior dimensão, em detrimento das zonas que não entravam na esfera dos *media* tradicionais da época em questão, apesar de já existirem experiências radiofónicas consolidadas, como a Rádio

Altitude (Guarda), por exemplo. Com a proliferação das emissoras piratas, criou-se algo que na Europa também tinha sido fulcral para o movimento e que se prendia com o facto de “os problemas dos cidadãos, que raramente apareciam nas rádios nacionais, passaram a fazer parte do discurso mediático” (Bonixe, 2006, p. 161).

A aparição de novos órgãos de comunicação social, mais precisamente no universo da radiofonia, proporcionou, como já foi destacado, uma viragem no campo dos *media*. Com isto, é preciso salientar que as rádios piratas, mais tarde designadas de emissoras locais, apareceram no espectro mediático durante o processo da garantia de liberdade de expressão no território nacional, tendo sobretudo como “objetivo a criação de um palco para o discurso alternativo” (Bonixe, 2012, p. 315).

As rádios piratas, e mais tarde as rádios locais, pretendiam “responder às necessidades das pessoas que não são superadas pelas rádios nacionais”. Um exemplo do acompanhamento que pretendiam fazer podia verificar-se ao nível do desporto local (Silva, 2015, p. 60). Segundo Bonixe, o conceito do desporto transmite um instrumento essencial para as rádios locais, a proximidade, visto que ela é uma grande âncora para esta ideia (apud Silva, 2015, p.60). Isto aconteceu, porque o desporto local não entrava nos meios de comunicação nacionais. “Os relatos de futebol tornaram-se célebres e preencheram claramente uma lacuna sentida pelos ouvintes, que era o acompanhamento permanente e em direto do clube local” (Bonixe, 2012, p. 320).

No caso das rádios piratas portuguesas é ainda de salientar que o nível mais apetrechado e tocado pelos projetos derivados dessa designação, como foi discutido anteriormente, foi o nível do localismo visto que era desejado criar conteúdos e coberturas sobre as regiões que eram deixadas de parte pelos meios de comunicação nacionais (Bonixe, 2019, p. 39). Um dos papéis cruciais para as rádios piratas centrou-se nas próprias eleições autárquicas, visto que os candidatos dos partidos usaram este meio para se fazer ouvir perante o seu eleitorado em específico. Com esta afirmação, é notório que o poder local percebeu o destaque que estes mesmos projetos podiam oferecer aos protagonistas da política regional e, é por isso de salientar que “as disputas partidárias também se fizeram nas ondas piratas” (Reis, 2014, p.14). Uma das maneiras para agarrar essas oportunidades verificou-se com o financiamento que muitas autarquias ofereceram às rádios locais (Reis, 2014, p. 15).

Apesar da grande predominância dos regionalismos nas rádios piratas do território nacional, não podemos esquecer que também surgiram projetos ligados ao mundo da política, da religião e da educação (Bonixe, 2019, p. 39). Como já refletido no decorrer

do relatório, a criação das rádios piratas não advém só da necessidade de produzir um discurso ligado ao localismo e aos conteúdos considerados como sendo alternativos. Para contextualizar é necessário dizer que a década de 70 foi pautada pela “proliferação por todo o país de centenas de pequenas emissoras”, pondo em causa, dessa maneira, o duopólio existente na altura (Bonixe, 2012, p.314), tendo em conta que a instituição das rádios piratas era uma maneira de corromper esta mesma situação (Silva, 2015, p. 35).

Nessa mesma altura, um ano depois do 25 de abril de 1974, foi decretada a nacionalização das emissoras radiofónicas existentes na época, deixando a Rádio Renascença gerida pelos poderes católicos. Nesse sentido, o sistema radiofónico que imperava neste cenário era realizado a partir da Empresa Pública de Radiodifusão Portuguesa, passando, mais tarde, a ser conhecida como Radiodifusão Portuguesa, e da Rádio Renascença. É neste contexto que se assiste à “explosão das rádios ilegais no meio dos anos 80” (Sousa, 1999, p. 4).

O universo radiofónico português era assim caracterizado como sendo um modelo duopólio, visto que o mesmo era controlado e gerido “pelas emissoras do Estado, agrupadas na RDP, e pela Rádio Renascença, da Igreja Católica” (Silva & Oliveira, 2014, p. 27). A Radiodifusão Portuguesa foi “criada no âmbito da nacionalização das rádios em 1975” (Bonixe, 2006, p.160) e “esta nacionalização incluiu o Rádio Clube Português” (Bonixe, 2006, p.160). Já a Rádio Renascença e algumas emissoras locais já existentes na época, como a Rádio Clube do Centro e a Rádio Altitude, não passaram pelo processo de nacionalização. Nesse sentido, é de salientar que o novo governo comandou uma série de nacionalizações em setores considerados como estratégicos e os *media* não foram exceção (Alboredas & Bonet, 2013, p. 210). Estas ações, ou seja, o processo de nacionalização, não acompanhou as tendências europeias, visto que as nações procuram sobretudo abrir os campos económicos (Alboredas & Bonet, 2013, p. 211). Apesar dessas rádios de origem local já existirem, só se assiste verdadeiramente à liberalização a partir do ano de 1989, como veremos mais à frente (Bonixe, 2006, p.161).

Depois de se destacar os motivos que fizeram com que as rádios piratas florescessem em Portugal, chegou a altura de demonstrar as características destes mesmos projetos no território nacional. Estas emissoras acabaram por ser caracterizadas com a designação de piratas por não existir um enquadramento legal para as mesmas, ou seja, o governo não tinha uma legislação própria para permitir o seu respetivo funcionamento, como explica Luís Bonixe no artigo “*As rádios locais em Portugal: uma análise do discurso jornalístico*”. As emissoras não tiveram por isso uma vida

facilitada e muitas foram alvo de fiscalizações por parte dos Serviços Radioelétricos dos CTT e, por conseguinte, foram vários os encerramentos forçados devido a situações de ilegalidade. Nesse sentido, para contornar e colmatar este obstáculo, os radialistas foram obrigados “a encontrar estratégias para escaparem à fiscalização” (Bonixe, 2006, p.160), por exemplo, emitir sem um horário específico. Nesse sentido, as emissões regulares não faziam parte do quotidiano das rádios piratas tendo em conta que muitas “emitiam poucas horas por dia e alguns dias por semana, situação que permitia fugir mais facilmente à fiscalização” (Bonixe, 2019, p. 43).

No limite de tempo apresentado (1977 e 1988), a atividade das rádios piratas foi alvo “de um entusiasmo desmedido” (Bonixe, 2010a, p. 3) e o que foi referido anteriormente pode ajudar a explicar este mesmo cenário, uma vez que assistimos a uma luta pela aprovação e legalização, fatores que motivaram e que deram “esperança no sucesso destas emissoras” (Bonixe, 2010a, p. 3).

Outro aspeto pertinente e que mostra o porquê do fascínio perante este tipo de emissoras é a facilidade de construir uma emissão própria e do baixo custo (Bonixe, 2019, p. 43). Muitos eram comandados pela curiosidade de trabalhar neste meio, e com este facto, também se juntou a vontade de se criar uma voz alternativa ao discurso produzido pelos *media* nacionais (Bonixe, 2012, p. 316).

Outro aspeto marcante para traçar a fisionomia dos projetos radiofónicos desse período em específico é a constatação de que os mesmos eram pautados pelos contornos do amadorismo e pela juventude dos seus colaboradores, muitos sem experiência profissional e estudos na área, visto que a maioria dos impulsionadores e profissionais eram “pessoas oriundas de diversas profissões” (Bonixe, 2019, p. 40). Por último, é de destacar que as rádios piratas trouxeram para o jornalismo, de uma maneira geral, um ensino para muitos profissionais, tendo em conta que “proporcionaram, por outro lado, a oportunidade a muitos jovens para entrarem na profissão de jornalista” (Bonixe, 2012, p. 321).

Esta ideia pode ser importante porque depois do 25 de abril era notório que não existia um “ensino de comunicação ou de jornalismo” (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 364). O primeiro curso oficial dedicado a esta área só foi criado no ano de 1979 na Universidade Nova de Lisboa (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 380). Para além disso, também foram criados outros momentos de formação através do Centro de Formação de Jornalistas, o Cenjor, entre outras iniciativas ligadas à formação na área do jornalismo (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 395).

Porém, nada disto teria sido possível se Portugal não tivesse passado pelo 25 de abril e, por conseguinte, não fosse já uma democracia. Como foi referido anteriormente, o desenvolvimento das intituladas rádios piratas floresceram com a liberalização do regime, ou seja, com o fim da ditadura do Estado Novo. Nesse sentido é de destacar que “depois da revolução de 1974, a media suportou muitas convulsões” (Sousa, 1999, p. 2), especialmente com o advento da liberdade de expressão e o facto de a mesma continuar a ser controlada pelos novos dirigentes (Sousa, 1999, p. 2). Um dos sinais desse mesmo controlo verifica-se no campo da imprensa em que a Junta de Salvação Nacional criou um mecanismo “com poderes para aplicar multas e suspensões aos jornais” (Mesquita, Reis, Nunes, 1994, p. 361) que não seguissem o que estava estipulado (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 361). Apesar desse aspeto, este Governo criou a primeira Lei de Imprensa, que contemplava também o aspeto radiofónico, não esquecendo a liberdade de expressão (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 367).

Considerando este aspeto, é de destacar que o 25 de abril de 1974 potencializou o surgimento das rádios piratas em Portugal e isso aconteceu porque começou a ser trilhado um caminho em prol da liberalização da vida pública e social, e por conseguinte, dos *media*. Muitos consideravam que a nova política, depois do regime do Estado Novo, iria garantir uma liberdade de expressão absoluta. Assim, “as primeiras experiências de rádio pirata em Portugal são, nesse sentido, a consequência prática dessa liberdade de expressão entretanto adquirida e que as populações começavam a sentir” (Bonixe, 2019, p. 39). Este mesmo autor, mas num artigo publicado em 2012, refere que a Revolução dos Cravos fez com que a liberalização da vida em sociedade proporcionasse o surgimento de “pequenos grupos de cidadãos dispostos a fazer ouvir a sua voz nas ondas hertzianas” (Bonixe, 2012, p. 314), cidadãos esses que impulsionaram as rádios piratas (Bonixe, 2012, p. 314).

A Revolução dos Cravos foi assim essencial para a formação e proliferação das emissoras piratas portuguesas. Neste contexto, a mudança de regime permitiu abrir caminho “para uma rádio ao serviço das pessoas e do país” (F. C., 2015, p.13). Assim, o apogeu das rádios livres e das piratas trouxe e foi responsável pelo surgimento da “liberalização do sector, terminando com o monopólio do Estado” (Bonixe, 2006, p. 157), até porque o surgimento da liberdade teve o condão de mudar o sistema mediático português (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 361).

Com essa informação é importante referir que, como aconteceu com o apogeu das rádios livres no resto da Europa, o caso português foi pautado por se ter desenvolvido numa época conturbada da história portuguesa, exemplos desse facto são o início da

democracia, a entrada na CEE (atual UE), entre outros fatores (Reis, 2014, p. 14). Tudo isso contribuiu para que este mesmo movimento vingasse, sobretudo, tendo em conta que as temáticas presentes nos meios de comunicação da altura pregoavam a necessidade de se garantir a liberdade da informação, a liberdade de pensamento, a liberdade de acesso às fontes oficiais de informação, liberdade de publicação, entre outras (Sousa, 1999, p. 3). Assim, é possível dizer que “o seu desenvolvimento e o processo legislativo que conduziu ao licenciamento é, também, resultado do clima político que se viveu no país nos anos 80 e da abertura à Europa” (Reis, 2014, p. 14).

Contudo, o mundo dos *media* em Portugal ainda se encontrava à procura de um modelo ideal e o sistema das telecomunicações e dos media acabaram por passar por transformações, sendo criados muitos organismos e legislações. A importância da rádio no território nacional fez com que “o primeiro conjunto de medidas relacionadas com a estrutura do setor dos media [estivesse preocupado] com a reorganização do setor da rádio” (Sousa, 1999, p. 9). Depois do 25 de abril de 1974, o Governo Provisório, liderado pelo MFA (Movimento das Forças Armadas), tinha como uma das missões promulgar “uma “nova Lei de Imprensa, Rádio, Televisão, Teatro e Cinema””, porém, a rádio, em Portugal, só teve uma verdadeira legislação em 1988, mais precisamente com os regulamentos da Lei da Rádio (Reis, 2014, p. 10).

Importa ainda referir que na sequência da Revolução dos Cravos se assistiu ao regresso de muitos dos retornados a Portugal. Isto modificou o sistema radiofónico português, uma vez que “de Angola tinham vindo alguns dos nomes que lideraram projetos piratas ou pós-legalização e que trouxeram uma visão diferente de fazer rádio da que existia na metrópole” (Reis, 2014, p. 15), tendo em conta que alguns retornados tinham experiência no campo mediático e jornalístico (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 364).

A história das rádios piratas é composta de diferentes fases, que os especialistas ordenam de forma diferenciada. Azevedo destaca as seguintes fases: criação das rádios por grupos de amadores; a criação e produção das rádios pelo “poder local, as coletividades e associações empresariais e comerciais”; e, por fim, as instituições radiofónicas passaram a ser geridas pelas mãos de pessoas qualificadas na área (apud Silva & Oliveira, 2014, p. 28).

Já Luís Bonixe cria uma enumeração diferente para contar a história das emissoras portuguesas piratas, sendo que considera sobretudo dois pontos. Em primeiro lugar usa-se como baliza os anos de 1977 e 1984. Neste período específico é de salientar que surgiram as primeiras experiências das rádios piratas em Portugal e as mesmas eram

caracterizadas pelo seu amadorismo. A ilegalidade dos projetos marcou este período, e, nesse sentido, é possível observar que muitas “tinham vida demasiado curta” (Bonixe, 2012, p. 318) devido às constantes fiscalizações a que eram sujeitas, visto que emitiam sem a licença (Bonixe, 2012, p. 318).

Porém, apesar do período analisado ser marcado pelo amadorismo e pelas constantes fiscalizações, o mesmo viu nascer “um dos projetos mais consistentes durante a vaga da liberalização da radiodifusão local portuguesa” (Bonixe, 2019, p. 44). Falamos, claro, da TSF. Esta emissora foi criada por pessoas ligadas à área do jornalismo que se tinham afastado das emissoras ditas nacionais por não apreciarem e não acreditarem na sua linha orientadora. Assim, o seu objetivo foi sempre o de se declarar como um projeto de alcance nacional, visto que “pretendiam competir com as principais emissoras portuguesas e com uma aposta muito forte no jornalismo” (Bonixe, 2019, p. 45).

Esta mesma rádio, a TSF, foi uma das emissoras que lutaram pela liberalização e legalização dos projetos da época e, no ano de 1984, a rádio organizou uma emissão em que foi defendida a importância do mecanismo referido anteriormente (Bonixe, 2019, p. 45). Este tipo de ação não se regeu só por essa iniciativa e, em 1988, esta mesma emissora proporcionou uma emissão em cadeia, considerado como sendo um “sinal de protesto contra a obrigatoriedade de suspender as emissões durante o período de avaliação das candidaturas para a atribuição dos alvarás” (Bonixe, 2019, p. 46) de legalização e das frequências. Nesse sentido, é de salientar que este momento pode ser considerado como sendo uma “forma de pressão junto do governo” (Meneses, 2003, p. 23).

A TSF, rádio conhecida pelo seu jornalismo de qualidade, surgiu no ano de 1981 com o trabalho de profissionais que já tinham trabalhado noutros *media* nacionais. É de salientar que, mesmo sendo um projeto pirata, ela conseguiu ganhar “o Prémio Gazeta do Clube de Jornalistas de Rádio pela cobertura em direto do incêndio no Chiado” (Reis, 2014, p.19), no ano de 1988. Na década a seguir, ou seja, nos anos 90, este projeto radiofónico continuou a marcar pontos no campo jornalístico e mediático e um dos fatores para que isso acontecesse foi a cobertura efetuada dos conflitos em Timor, chegando a rádio a organizar “campanhas por Timor” (Marinho, 2000, p. 106).

A criação do projeto da TSF no ano de 1981 advém do facto de que os seus fundadores aproveitaram “o programa eleitoral do novo Governo, que fala em re-privatizar a rádio”, (Meneses, 2003, p.22), constituindo, dessa maneira, a TSF-Cooperativa de Profissionais de Rádio. Mais tarde, chegando a 1984, a rádio, ainda enquadrada no

movimento pirata, apresenta a sua primeira emissão, e o conteúdo regeu-se por “mensagens de apoio ao movimento das rádios livres” (Meneses, 2003, p. 22), momento em que o presidente da República, Ramalho Eanes, marcou presença, mais propriamente, através da sua voz (Meneses, 2003, p. 22).

Já no ano de 1985 o cenário altera-se e muitas iniciativas radiofónicas surgem com novos intentos e desejos tendo em conta que “apareceram os projetos mais sólidos” (Bonixe, 2012, p. 318) da história das rádios piratas. Um dos motivos para este facto tem que ver com o facto de muitos profissionais de projetos a nível nacional terem abandonado os seus antigos empregos para mergulhar no novo ambiente radiofónico nacional (Bonixe, 2012, p. 318). Outro ano marcante para a segunda fase do movimento é o período de 1986, altura considerada como sendo um “boom” (Bonixe, 2012, p. 318) para este tipo de emissoras, contando, no ano a seguir, com o trabalho de 419 rádios (Bonixe, 2012, p. 318). Nesta época o processo de legalização estava a também tornar-se mais visível e muitos projetos já tinha em conta esta possibilidade, como acontecia por exemplo com a Rádio Cidade, a Radiogeste o Correio da Manhã Rádio e a continuação do projeto da TSF (Bonixe, 2012, p. 318).

Depois de abordarmos as características intrínsecas do movimento das rádios piratas em Portugal é importante destacarmos também a dimensão económica e de gestão, fundamental para se compreender as questões da propriedade e do financiamento das rádios. Em primeiro lugar, é de salientar que estas iniciativas surgiram a partir de iniciativa privada e do trabalho de “pequenos grupos de pessoas, normalmente ligadas à eletrotécnica” (Bonixe, 2019, p. 50). Mais tarde, em 1985, o cenário sofreu uma mutação, visto que muitos projetos criados nesse período já se encontravam integrados na área empresarial, sendo que eram constituídos a partir de “grupos com forte estrutura” (Bonixe, 2019, p. 50). Exemplos disto são o Correio da Manhã Rádio e a Radiogeste. Apesar da situação exposta, a maior parte dos projetos instituídos e criados eram maioritariamente organizados a partir de “pequenas iniciativas locais” (Bonixe, 2019, p. 50). Nesse sentido, é de salientar que muitos movimentos católicos, jornais locais, clubes de futebol, associações culturais e desportivas e autarquias trabalharam esta tipologia de emissoras (Bonixe, 2019, p. 51).

Para além de ser essencial falar sobre a propriedade das rádios, também é importante assinalar a questão do financiamento das mesmas. Em primeiro lugar, o financiamento, no caso de alguns projetos, provinha dos próprios “proprietários ou de instituições locais” (Bonixe, 2019, p. 51). Em outros casos é possível falar sobre a ajuda de “Ligas dos Amigos, nas quais os ouvintes contribuía, e de pequenas empresas locais ou de

maior dimensão” (Bonixe, 2019, p. 51). E, por último, também entrou para o cenário uma das fontes mais essenciais para a sobrevivência das rádios, mesmo em pleno século XXI: as receitas publicitárias. Este conceito teve um grande foco na proliferação dos projetos piratas, porque a maioria eram pequenas e médias empresas, ou sejam, não tinham os rendimentos suficientes para investir nas publicidades das emissoras nacionais, encontrando, assim, nas rádios locais, uma alavanca para anunciar e demonstrar os seus próprios produtos (Bonixe, 2019, p. 51).

Apesar de se ter destacado a propriedade e o financiamento das rádios pirata é de salientar que estas emissoras enfrentaram inúmeros problemas, nomeadamente económicos. Em primeiro lugar, o facto de estas emissoras se iniciarem a partir de iniciativas livres e independentes, originou que as mesmas funcionassem com poucos recursos e, por conseguinte, como explica o autor Luís Bonixe no artigo “*A migração das rádios locais portuguesas para o digital – desafios e potencialidades*”, a falta de receitas publicitárias também imperou neste cenário, sendo que muitas rádios nacionais acabaram por as controlar, formando, assim, as intituladas, cadeias de rádios. Apesar de os fundadores e colaboradores dos projetos considerados alternativos e ilegais sentirem vontade em singrar no universo radiofónico português, as rádio piratas não tiveram uma vida fácil por causa dessas mesmas condições, como, por exemplo, a falta de funcionários classificados e de equipamento de qualidade (Bonixe, 2012, p.316).

Contudo, foi a ilegalidade que marcou, de uma forma muito clara, o movimento das rádios piratas na Europa e em Portugal. Uma das consequências deste cenário revestiu-se no facto de que muitas emissoras foram obrigadas a abandonar os seus projetos e, mais tarde, “com o estatuto legal, vários projetos desapareceram e outros reorganizaram-se de modo a converterem-se em rádios regionais ou locais” (Ribeiro, 2014, p. 114).

Apesar de o fenómeno das rádios piratas ter surgido para proporcionar que as diversas regiões tivessem a mesma voz no sistema mediático radiofónico, esse desejo não foi totalmente satisfeito. A situação é comprovada com a constatação de que no litoral existiam mais projetos do que no interior, contribuindo, assim, para uma assimetria entre as regiões, nomeadamente nas esferas da antiga telefonia (Bonixe, 2019, p. 49). Mesmo tendo mudado o sistema radiofónico presente no território nacional, as rádios piratas não conseguiram lutar contra o poderio das emissoras nacionais, tendo em conta que “a hegemonia dos dois grandes grupos não foi ameaçada” (Reis, 2014, p. 17).

Porém, no ano de 1985, a RDP e a RR criaram “delegações em todo país para descentralizar a programação e informação” (Reis, 2014, p. 17).

Apesar da perseguição a que as mesmas eram sujeitas elas não perderam a sua pujança e vontade de singrar no mundo mediático. Durante a história da imprensa regional, e o mesmo acontece para o mundo da rádio, os diversos projetos juntaram-se para colmatar as suas maiores dificuldades. No caso das emissoras radiofónicas, isso configurou-se na organização de diversos eventos destinados a falar sobre a importância dos projetos e maneiras de os viabilizar, tendo em conta a sua respetiva legalização. A importância deste cenário é destacada num artigo publicado pela revista da Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Minho, a Ibis. O texto demonstra que os meios de comunicação regionais devem “agrupar-se em associação” (Fernandes, 2000, p. 13) para combater a suas próprias fragilidades e constrangimentos, estes criados, nomeadamente, por causa dos “outros meios mais poderosos” (Fernandes, 2000, p. 13).

Nesse sentido o movimento pirata construiu-se também a partir do “envolvimento de vários quadrantes da sociedade portuguesa, que contribuíram assim para a legitimação do movimento” (Silva & Oliveira, 2014, p. 28). Um exemplo disso aconteceu em 1984 quando foram agrupadas opiniões de diversas pessoas “numa emissão da Rádio Livre” destacando a importância “das rádios livres” (Silva & Oliveira, 2014, p.28).

Mas foram vários os momentos que se destacaram e resultaram do associativismo radiofónico. Destacamos, por exemplo, 1983, ano em que foi criada uma colaboração entre as emissoras Rádio Caos, Rádio Universo, Rádio Nova e Rádio Escolar, ambas localizadas no distrito portuense. A colaboração referida deu à luz a iniciativa do I Encontro Nacional de Rádios Livres e esse momento levou a criação da Comissão Coordenadora Nacional das Rádios Livres, “destinada a encabeçar a luta pela legalização” (Bonixe, 2019, p. 51). Depois desse momento, surgiram também os Encontros de Abrantes, projeto que dinamizou a discussão de diferentes pontos de vista em relação à legalização (Bonixe, 2019, p. 52). Desejosos de verem os projetos radiofónicos alternativos legalizados, muitos impulsionadores das rádios piratas e locais juntaram-se para criar momentos de destaque e reflexão em torno do tema. Um exemplo aconteceu na cidade de Vila Nova de Gaia, distrito do Porto. No mesmo ano, 1983, foi realizado “o 1º Encontro Nacional na Junta de Freguesia de Canelas, em Vila Nova de Gaia” (Reis, 2014, p. 21). Um dos aspetos mais importantes na iniciativa referida é composto pela criação da Comissão Coordenadora das Rádios Livres Portuguesas (Reis, 2014, p. 21).

Continuando a destacar as iniciativas que procuram realçar a importância destes projetos radiofónicos alternativos, é importante também destacar a Rádio Livre, que no ano de 1984, “pôs no ar mais de 60 personalidades ligadas a áreas como a política, a cultura, o jornalismo ou as artes, que se pronunciaram a favor da existência das rádios livres” (Oliveira & Silva, 2014, p. 28). Já o ano de 1987 ficou marcado pelo surgimento do Instituto de Rádios Locais (IRL), projeto que tinha como principal missão garantir “a defesa do direito à radiodifusão” (Bonixe, 2019, p. 52), entre outros aspetos cruciais. Atualmente, o mecanismo utiliza o nome de Associação Portuguesa de Radiodifusão (Bonixe, 2019, p. 53). De uma forma ainda reivindicativa, as rádios piratas portuguesas também se fizeram ouvir no cenário internacional, nomeadamente com a participação no Congresso Internacional de Rádios Livres (Reis, 2014, p.22). Todos estes projetos, associações e iniciativas pretendiam criar mecanismos para colmatar as diferenças entre os projetos e ajudar no processo de legalização (Bonixe, 2019, p. 52).

Em relação às iniciativas, é importante destacar a componente religiosa. Sabendo que a religião é elemento distintivo da sociedade portuguesa, o sistema mediático radiofónico não deixou de lado o catolicismo e, por causa da proliferação das rádios ligadas a essa temática, foi necessário criar uma associação para as representar e gerir. Nesse sentido, surgiu a Associação de Rádios de Inspiração Cristã (ARIC). A organização contou, no seu início, com a colaboração de trinta e uma emissoras (Bonixe, 2019, p. 53).

As rádios piratas também marcaram a vida política no século XX visto que muitas camadas do governo e autarquias destacaram este mesmo movimento nos seus processos governamentais. Nesse contexto, importa destacar o projeto-lei apresentado no ano de 1983 por dois deputados provenientes do PS e PSD (Silva & Oliveira, 2014, p. 27). Esta iniciativa tinha como missão demonstrar e clarificar que “os serviços locais de radiodifusão sonora constituirão uma resposta às necessidades de camadas do público ouvinte insatisfeitas com a programação das rádios convencionais de âmbito nacional” (Marcos, 1989, p. 223 apud Silva & Oliveira, 2014, p.27) e, por conseguinte, seriam responsáveis por corresponder às necessidades de mais elementos da sociedade, visto que nem todos se sentiam representados nos *media* (Bonixe, 2019, p.57). Outra vertente destacada neste mesmo projeto dedicado às rádios locais demonstrava um aspeto relacionado com a técnica, em que as mudanças no funcionamento das frequências e sistema de radiodifusão presentes em Portugal “permitiria considerar novos canais de radiodifusão” (Bonixe, 2019, p. 57).

Porém, a empreitada não deu frutos e as rádios piratas continuavam a ser na mesma perseguidas e por causa das fiscalizações muitas tiveram que interromper as suas

emissões (Azevedo, 2001, p.115 apud Silva, & Oliveira, 2014, p. 27). Mais tarde, depois do ano de 1985, as fiscalizações diminuíram, tendo em conta que as rádios alternativas começaram a marcar uma presença mais constante e com contornos considerados como sendo irreversíveis (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 390). Nesse sentido, também é de destacar que muitos presidentes de câmaras municipais estavam a favor da existência dessas emissoras (Silva & Oliveira, 2014, p. 28).

Para fechar a contextualização do movimento das rádios piratas é necessário falar sobre os projetos que nasceram e que deram nas vistas na época. É de salientar que apesar de se conhecer o motivo para a sua criação, não é possível determinar fielmente o número total de emissoras, mas apesar de os números divergirem, muitos apontam a criação de “400 a 800 estações ilegais” (Reis, 2014, p. 18), ideia também exposta, anteriormente, por Bonixe.

Em Portugal, “apesar de os pedidos de licenciamento de novas emissoras” datarem de 1976 (Mesquita, Reis, Nunes, 1994, p. 390), o entusiasmo e a aventura das rádios piratas arrancou efetivamente com o projeto Rádio Juventude. Estávamos no ano de 1977, em plena cidade de Odivelas, distrito de Lisboa (Reis, 2014, p.18). Esta emissora, como foi o apanágio dos projetos posteriores, não tinha um trabalho constante visto que “emitia apenas algumas horas ao fim-de-semana” (Reis, 2014, p.18). A rádio funcionava a partir dos seguintes conteúdos: informação local, discos pedidos e telefonemas no ar (Reis, 2014, p.18). Outro aspeto que corrobora as dificuldades que este tipo de emissoras passava era o facto de que esta mesma rádio não tinha o melhor estúdio para gravar, fazendo parte das emissões a partir de um guarda-vestidos, passando, mais tarde, a funcionar num carro. Apesar de ter sido uma das primeiras, a Rádio Juventude integrou o grupo de emissoras que não tiveram o direito à legalização (Reis, 2014, p. 19).

Os anos 80 foram um palco que viu o aumento exponencial da criação de rádios piratas. Um exemplo situa-se no distrito portuense que contou com os conteúdos trabalhados pela Caos. Este projeto “assumiu-se como uma alternativa às emissoras legais” (Reis, 2014, p. 19) e também foi marcado, como aconteceu com a maioria dos projetos, pela fiscalização. Em 1989, a rádio deixou de ser considerada no âmbito do sistema radiofónico português (Reis, 2014, p. 19).

Passando para o distrito de Santarém, mais propriamente para a cidade de Abrantes, temos o caso da Rádio Antena Livre, que surgiu no ano de 1981 “na cave de uma casa” (Reis, 2014, p. 20). A proatividade deste mesmo projeto marcou o futuro das emissoras

e um dos motivos para esse cenário revela-se com a concretização “de três encontros de rádios livres que se realizaram em Abrantes e que reuniram radialistas de todo o país e deputados” (Reis, 2014, p. 20).

O mundo académico também se apoderou deste movimento e exemplos disso são as Universidades do Minho, do Porto e de Coimbra. Na academia minhota surgiu o Centro Experimental de Rádio Universitária, atualmente conhecido como Rádio Universitária do Minho (RUM). Este projeto teve como início o facto de se ter vontade de ecoar a voz de reivindicação dos alunos da instituição de ensino, nomeadamente, por causa, do “aumento dos preços nas cantinas” (Reis, 2014, p. 20). A RUM abriu os seus estúdios no ano de 1984 (Reis, 2014, p. 20).

Já a Universidade de Coimbra dava cartas no universo radiofónico desde a década de 40 com a institucionalização do Centro Experimental de Rádio. Porém, só no ano de 1983 é que se “formalizou um Pedido de Licenciamento de uma Estação Emissora. Três anos mais tarde foi constituída a Rádio Universidade de Coimbra” (Reis, 2014, p. 21). A inauguração desta emissora universitária contou com a presença do reitor da mesma instituição (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 389) e, tal como aconteceu com a iniciativa minhota, o projeto coimbrese destacou os assuntos da sua academia (Reis, 2014, p.21).

Por último, a Universidade do Porto apostou nas lides radiofónicas a partir da “iniciativa de dois estudantes” (Reis, 2014, p. 21), tendo a sua primeira emissão no ano de 1986, momento que contou com a presença do reitor da instituição de ensino portuense, Alberto Amaral (Reis, 2014, p. 21). João Bonucci, um dos nomes responsáveis pela criação da Rádio Universitária do Porto, acredita que o projeto correspondia a um instrumento potencializador para dar a conhecer e “defender alguns interesses dos estudantes, principalmente a camada dos estudantes universitários” (Almeida *et al*, 2014).

### **1.3. A lei da rádio, o concurso público e processo de legalização das rádios piratas**

Os projetos radiofónicos criados nas décadas de 70 e de 80, eram considerados como sendo meios de comunicação ilegais, porém, em 1988, o cenário sofreu uma mutação tendo em conta que a legalização arrancou nesse mesmo ano, processo que teve o condão de expor as fragilidades das emissoras, evidenciando “um conjunto de dificuldades económicas que conduz ao encerramento de várias emissoras e a cedência

a outras de maiores recursos” (Bonixe, 2017a, p. 46). Estas rádios surgiram depois da liberalização da vida pública, ou seja, depois da instituição do 25 de abril de 1974 (Marinho, 2000, p. 100). Com isto, é necessário realçar que na Península Ibérica, nomeadamente durante os governos salazarista e franquista, o sistema radiofónico era pautado pela utilização de emissoras de índole privada e pública (Arboledas & Bonet, 2013, p. 205). Contudo, em Portugal, pelo menos de forma liberalizada e legalizada, este cenário acabou com as nacionalizações realizadas em 1975, algo já explicado anteriormente, em que se passou a apostar num monopólio entre o Estado e a Igreja, sendo que as emissoras surgidas neste período funcionavam de forma ilegal e este cenário só acabou em 1988/1989 (Arboledas & Bonet, 2013, p. 206).

O período anterior à legalização das rádios piratas, mais precisamente em 1986 e 1988, era pautado pela “coexistência de estações licenciadas” (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 399) com as que ainda não tinham conseguido a legalização. Este pode ter sido um dos fatores para a criação de uma nova lei da rádio, mas também é importante lembrar que “as estações nacionais” (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 399) perderam um pouco do seu protagonismo e, por conseguinte, da sua audiência (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 399).

Como foi referido, as rádios não foram legalizadas durante o percurso da retoma da liberdade na sociedade, visto que o seu trabalho só foi reconhecido no final da década de 80, um processo que se pode considerar como sendo conturbado e polémico, mas, mesmo assim, conseguiu retirar o monopólio que imperava no universo radiofónico (Marinho, 2000, p. 100). Luís Bonixe, contextualizando as características desses mesmos projetos, afirma que problemas de sustentabilidade marcaram este processo (2017, p.47). Assim, é de salientar que nas décadas de 80 e 90, Portugal viu um “reordenamento e regulamentação do setor radiofónico” (Marinho, 2000, p. 99).

Este mesmo processo foi necessário pelo facto de Portugal ter visto surgir um número elevado de rádios numa altura em que o campo radiofónico era dominado essencialmente por dois projetos, já referidos anteriormente (Bonixe, 2017a, p. 47). Assim, as críticas efetuadas à gestão do governo nesta época devem-se sobretudo ao facto de ter sido “mais fácil criar a estrutura, começar a emitir clandestinamente e até ganhar audiência do que obter a tão desejada legalização” (Bonixe, 2017b, p. 54).

Contudo, apesar de a ideia da regulamentação ter entrado no cerne da questão, durante os anos 90, a radiofusão portuguesa foi marcada por inúmeras mudanças. Sinais disso são as legislações instituídas, “as flutuações ao nível da propriedade das estações

emissoras” (Marinho, 2000, p. 99), a perda de identidade regional de alguns projetos e os debates criados em torno da radiofonia (Marinho, 2000, p. 99). Nesse sentido, outra ideia que pode demonstrar a importância da lei da rádio, do concurso público e do processo de legalização das rádios piratas é que estes processos tiveram inúmeras consequências.

Em primeiro lugar é de salientar que, como foi explicado anteriormente, Portugal, como aconteceu com o resto das nações do continente europeu, observou um grande aumento de projetos radiofónicos por causa da nova conjuntura política e social, ou seja, com o apogeu da liberdade no campo da sociedade e da política. Porém, o sistema legal e de gestão da rádio no país ainda não tinha dado frutos e o governo não tinha oferecido atenção a este fenómeno, ou seja, a sua respetiva legalização, visto que o mesmo “ainda era regulado, no final da década de 70, por um diploma dos anos 30” (Bonixe, 2019, p. 55). Apesar de se ter pensado numa estratégia durante o ano de 1974, o cenário mediático só mudou e avançou no final dos anos 80, mais propriamente em 1988, com as primeiras legislações pensadas para enquadrar o movimento pirata português (Bonixe, 2019, p. 55). Importa, no entanto, destacar que a legalização só começou a ter contornos mais nítidos nesse mesmo ano, no final dos anos 80 (Bonixe, 2012, p. 314), processo que “conduziu à criação das rádios locais” (Crisell, 1994, p. 33 *apud* Reis, 2014, p. 12). Nesse sentido, a lei promulgada em 1988 é conhecida com a designação de “lei das rádios locais” (Silva & Oliveira, 2014, p. 25).

Assim, é necessário perceber que as mudanças em Portugal só foram possíveis com a entrega de novas frequências, uma vez que aqueles que existiam, nomeadamente nos anos de 1961 e de 1975, tinham sido atribuídas por entidades internacionais. Assim, fala-se no acordo de Estocolmo, elaborado em 1961, que “permitiu a atribuição de quatro frequências gerais de FM (uma para o então Rádio Clube Português, duas para a Emissora Nacional e a restante para a Rádio Renascença)” (Bonixe, 2019, p. 55). Já no ano de 1975 entrou em funcionamento o uso das ondas médias, através da implementação do plano de Genebra. Esse mecanismo determinou que seriam entregues quatro frequências, ou seja, “quatro coberturas gerais” (Bonixe, 2019, p.55), três direcionadas para a RDP e uma para a Renascença (Bonixe, 2019, p.55).

Porém, o plano de atribuição de frequências mais importante deu-se 9 anos depois, ou seja, em 1984, momento pautado pela modificação do panorama, sendo que foram previstas “mais três coberturas gerais” (Bonixe, 2019, p. 55), processo marcado pela “possibilidade de instalar 389 estações locais” (Bonixe, 2019, p. 55). Duas das frequências destinavam-se à RDP e à Renascença, sendo que a terceira se destinava ao

sistema radiofónico local, e, por conseguinte, foi este aspeto que permitiu a consolidação dos novos projetos radiofónicos (Bonixe, 2019, p. 63).

Porém, não foi só a atribuição de frequências que pesou na equação da legalização e reordenamento do espectro radiofónico português, visto que o surgimento da mesma no ano de 1988 tinha como objetivo concretizar um novo funcionamento legal da radiofusão portuguesa, tendo em conta que o país pretendia acompanhar as tendências europeias, nomeadamente por causa da entrada de Portugal na CEE (Arboledas & Bonet, 2013, p.2). Contudo, existe outro fator que ajuda a perceber o processo que arrancou em 1988 e que se prende com o facto de “na Europa, a desregularização aconteceu no contexto da derrota dos sistemas de monopólio e no aumento do setor privado” (Arboledas & Bonet, 2013, p. 208), tendo em conta que os *media* passaram a ser vistos como um investimento satisfatório para as economias privadas (Arboledas & Bonet, 2013, p. 208).

Como já foi referido anteriormente, em 1983, foi proposto um projeto de legislação, por parte de dois deputados dos partidos socialista e social-democrata. No entanto, apesar de a partir do ano de 1983, se terem começado a criar leis, decretos e mecanismos para regular o sistema radiofónico nacional, a rádio só viu a verdadeira lei destinada a regulamentar “o exercício da actividade de radiodifusão” (Bonixe, 2019, 60), a Lei n.º 8/87, ser criada mais tarde.

É importante salientar que um aspeto muito importante na solidificação dos projetos radiofónicos passa, como foi explicado no subcapítulo anterior, pelo próprio financiamento das emissoras em Portugal, ou seja, os detentores do capital e os gestores dos seus conteúdos. Nesse projeto legislativo, em torno desta questão, foi proclamada a ideia de que seria necessário impedir o financiamento proveniente das autarquias, uma tentativa que pretendia evitar a criação de “qualquer tipo de monopólio” (Bonixe, 2019, p. 58). Nesse sentido, também é importante salientar que o projeto incidiu nas horas necessárias para produzir uma diversidade programas e “quanto aos serviços noticiosos, estabelecia a obrigatoriedade de os colocar no ar com regularidade” (Bonixe, 2019, p.58). No caso dos noticiários das rádios locais deveriam destacar as respetivas regiões e os seus autores teriam que ser “equiparados a jornalistas” (Carvalho, 2014, p. 31).

Apesar de terem sido enumeradas características essenciais para compreender a importância da Lei n.º 8/87, não foi ainda salientado o ponto crucial do mesmo projeto. Apesar de este decreto de lei não ter entrado efetivamente em vigor e de não ter

conseguido proceder a uma legalização dos projetos radiofónicos, ele entrou para a história da rádio devido ao facto de ter sido o primeiro a contemplar a tipologia de rádios locais e regionais nos seus artigos (Bonixe, 2019, p. 58).

Concluindo o episódio da Lei nº 8/87 de 11 de março, é necessário salientar que a mesma só contou com votos a favor da bancada da esquerda parlamentar portuguesa (Carvalho, 2014, p. 30), sendo que a lei aprovada no ano de 1987 esteve envolta em polémica, porque foi promulgada “à revelia do então governo minoritário de Cavaco Silva” (Silva & Oliveira, 2014, p. 29), sendo que o Estado e a Igreja também contestavam, nesta época, a ideia de que as frequências pudessem ser distribuídas (Silva & Oliveira, 2014, p. 29). Assim, é necessário considerar também que uma das premissas expressas nesta legislação estava relacionada com o facto de as licenças das rádios intituladas como sendo locais deverem ser entregues pelo próprio governo (Carvalho, 2014, p. 30). Assim, teria que ser criado um Conselho da Rádio, que teria como funções “emitir um parecer vinculativo sobre o licenciamento dos operadores” (Carvalho, 2014, p. 31).

Mais tarde, a Lei n.º 8/87 acabou revogada por causa da criação da lei 87/88 de 30 de julho, responsável pela legalização dos projetos radiofónicos criados nas décadas de 70 e de 80. Assim, no dia 15 de janeiro de 1988, iniciaram-se as discussões em torno do planeamento e gestão da “futura lei da rádio” (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 392), sendo que a mesma foi aprovada a 21 do mesmo mês. Porém, em março, a mesma já era contestada pelo PS que pediu a sua revisão (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 392). Mais tarde, em maio, a sua promulgação torna-se definitiva, momento em que foi determinado o silenciamento dos projetos em prol do concurso público de atribuição dos alvarás, destinados aos projetos radiofónicos portugueses (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 393).

Antes de partir para uma das consequências mais relevantes desta legislação, ou seja, o Concurso Público, é necessário identificar algumas das suas disposições, nomeadamente no que diz respeito à propriedade. Nesse sentido, foi decidido que os detentores das emissoras radiofónicas se deveriam apresentar como empresas públicas, privadas ou cooperativas, sendo que foram estabelecidas para as duas últimas categorias “um conjunto de objetivos, nomeadamente para aquelas cuja emissão fosse de cobertura local ou regional” (Bonixe, 2019, p. 60). Por outro lado, também foi determinado que as mesmas deveriam potencializar “as relações de solidariedade entre cidadãos e populações locais” (Costa, 2014, p. 19). Porém, a Lei nº 87/88 incidiu, sobretudo, nas questões relacionadas com “o ordenamento da atividade e a

regulamentação do setor” (Silva, 2014, p. 46), sendo que a propriedade teve um maior destaque com a instituição do Decreto-Lei nº 338/88, em que uma pessoa ou entidade só podia participar de maneira que não excedesse “30% do respectivo capital” (Silva, 2014, p. 46).

Como a informação regional marcou de forma significativa a expansão do movimento pirata, a legislação responsável por legalizar estes órgãos de comunicação, destacou este mesmo tópico, tendo em conta que essa área era considerada como sendo um instrumento para valorizar e dar voz às regiões. Um sinal desse cenário encontra-se situado na ação que fez com que as rádios passassem a ser obrigadas a transmitir, de forma regular, noticiários radiofónicos, porém, a respetiva legislação, deixou de lado um aspeto importante, porque foi omissa em relação “à quantidade e à sua abrangência geográfica” (Bonixe, 2019, p. 60).

Outro ponto essencial que se encontra expresso na legislação remete para a ideia de que as emissoras e a própria radiodifusão local devem destacar a sua própria região, bem como os problemas das mesmas e a cultura, destacando que seria necessário “reservar e divulgar os valores característicos das culturas regionais e locais” (Lei nº 87/88 de 7 de junho da Assembleia da República, 1988). Nesse sentido, a gestão e produção de conteúdos tinham que ter em conta os problemas das comunidades, a promoção das suas respetivas tradições, a transmissão de informações com interesse público para a área geográfica de cobertura (Bonixe, 2019, p. 60).

Depois de enumerar as principais premissas da Lei nº 87/88, responsável pela legalização dos projetos, e de ter realçado a importância dos conteúdos locais no sistema mediático, é necessário proceder à clarificação da origem e significado do decreto lei de 338/88 e, por conseguinte, o concurso público.

Em primeiro lugar é preciso salientar que o outro marco importante no exercício da atividade de radiodifusão deu-se com a criação do decreto lei de 338/88, que tinha como principal missão regular o sistema radiofónico português, nomeadamente as candidaturas de atribuição dos alvarás, ou seja, o instrumento que iria permitir as respetivas emissões das rádios e a sua legalização (Bonixe, 2019, p. 61). Isto quer dizer que o decreto-lei 338/88 era direcionado para comandar a regulamentação do “regime de licenciamento da atividade de radiodifusão” (Bonixe, 2012, p. 323).

Como aconteceu anteriormente, com a lei de 87/88 de 30 de julho, este mecanismo também contemplou a propriedade, visto que dava “preferência às empresas

pertencentes a jornais regionais” (Bonixe, 2019, p. 61), maneira encontrada para criar projetos verdadeiramente ligados às comunidades (Bonixe, 2019, p. 61). Nesse sentido, em 1988, foi decretado que “a atividade radiofónica passava a estar disponível a projetos públicos e privados a partir de uma licença” (Alboredas & Bonet, 2013, p. 213). Este mesmo processo continuava a albergar as emissoras católicas e do estado, como a Renascença e a RDP, sendo que estas eram “as únicas a nível nacional” (Alboredas & Bonet, 2013, p. 2139) e as restantes seriam frequências regionais e locais (Alboredas & Bonet, 2013, p. 213).

Mais tarde, com a criação do decreto-lei direcionado para a legalização dos projetos radiofónicos, começou a ser delineado e concretizado o concurso público destinado à atribuição das tão desejadas licenças. Assim, é necessário destacar uma disposição presente na lei de 87/88 de 30 de julho, em que foi determinado a extinção do Conselho da Rádio, instituído na legislação anterior, criando dessa maneira uma nova Comissão Consultiva, constituída por “três eleitos da Assembleia da República, três designados pelo Governo, e dois pelas regiões autónomas” (Bonixe, 2019, 60). Este organismo foi muito contestado pelos profissionais da rádio, por ser considerado como sendo “favorável ao Governo e de não serem consensuais os critérios de escolha dos candidatos às mais importantes frequências das principais cidades” (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 400, apud Bonixe, 2019, p. 60). Mais tarde, as funções do organismo já referido passaram a ser englobadas na Alta Autoridade para a Comunicação Social, isto na lei 15/90 (Bonixe, 2019, p. 60).

Foi assim lançado o concurso público para a atribuição das frequências e dos tão desejados alvarás (Bonixe, 2012, p. 323). Apesar de esta ser desejada pelos impulsionadores das rádios piratas e locais, o descontentamento por causa do seu funcionamento marcou este processo, desde logo com uma série de reclamações em relação “à potência das frequências a atribuir” (Bonixe, 2012, p. 323), que eram “consideradas muito fracas” (Bonixe, 2012, p. 323). Também é de salientar que o processo da legalização das rádios piratas e, por conseguinte, o concurso público relacionado com os alvarás e com as frequências a atribuir, tiveram um grande destaque nos *media* portugueses, nomeadamente na imprensa, e um dos seus aspetos, ou seja, a representação no jornalismo, reflete-se com o facto de terem amplificado “as vozes dos que associaram o resultado final do concurso à cor da força política que detinha o poder” (Reis, 2014, p. 15).

Como foi destacado no final do parágrafo anterior, algumas disposições assentes nesta ação acabaram por ficar envoltas em polémica. Uma dessas ações reporta a um

silenciamento precoce em que, por causa da primeira legalização no universo radiofónico em Portugal, nomeadamente com a atribuição das frequências, as rádios “foram obrigadas a suspender as suas emissões, sendo que essa suspensão esteve ativa entre o final de 1988 e meados de 1989” (Ribeiro, 2014, p. 114). Esta diretiva não foi vista com bons olhos e, por conseguinte, a mesma foi considerada como sendo uma forma de calar o sistema radiofónico (Bonixe, 2019, p. 61), sendo que, nesse sentido, a disposição do concurso público que afirmava que as rádios deviam suspender as suas emissões durante a avaliação das candidaturas efetuadas foi “fortemente criticada pelos operadores das rádios piratas” (Silva & Oliveira, 2014, p. 30).

A necessidade de encerramento das emissões, por causa das respetivas candidaturas para a atribuição dos alvarás, teve lugar no dia 24 de dezembro de 1988 e o motivo indicado pelo Governo foi o facto de se tentar impedir que algumas rádios ganhassem mais protagonismo, colocando pressão no “processo de decisão” (Bonixe, 2019, p. 62). Para garantir a eficácia deste método foi determinado que as rádios que não respeitassem o silenciamento das suas emissões correriam o risco de serem desclassificadas e, nesse sentido, retiradas do Concurso Público (Reis, 2014, p. 23), ficando sem acesso ao seu alvará ou licença para emitir os seus conteúdos no espectro radiofónico.

Como foi explicado anteriormente, este facto foi muito discutido e essa mesma discussão deu origem ao Dia da Rádio. O Dia da Rádio teve lugar na TSF, nomeadamente a 17 de novembro de 1988, e foi constituído pela criação de uma emissão que tinha como principal missão protestar “contra a obrigatoriedade de suspender as emissões durante o período de avaliação das candidaturas para a atribuição dos alvarás” (Bonixe, 2019, p. 46). O projeto criado na TSF foi considerado como tendo um ambiente de debate e, na própria emissão, ouviram-se opiniões e apelos de políticos, filósofos, entre outros especialistas (Reis, 2014, p. 24). No dia 24 de dezembro de 1988, véspera de Natal, as rádios respeitaram as diretivas e desligaram as suas respetivas emissões, sendo que muitas ficaram sem a sua voz depois desse momento, tendo em conta que “muitas não dispunham de recursos técnicos, humanos e financeiros para fazer a candidatura” (Reis, 2014, p. 24). Mas também se verificou outro cenário, com algumas emissoras que não conseguiram obter a licença indispensável a decidirem prosseguir com as suas emissões, como destacou Bonixe anteriormente.

Polémicas à parte, com o auxílio de uma Comissão Consultiva, o Estado e outros órgãos, disponibilizaram as respetivas frequências, “tendo autorizado 314 estações a

emitir” no ano de 1989 (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 400). A disponibilização destas mesmas licenças, também designadas por alvarás, não ocorreu de forma contínua, algumas emissoras souberam do resultado mais cedo do que outras, uma vez que o prazo para o concurso público terminou a 3 de janeiro de 1989 e os primeiros resultados foram dados a conhecer no mês a seguir, nomeadamente no Porto e em Lisboa, sendo que o Despacho Conjunto só foi descoberto em março. O facto de as cidades com um maior poderio terem ganho essas frequências foi envolto em polémica (Reis, 2014, p. 25), cenário também destacado por Bonixe (2019), que considera mesmo que “as rádios que apresentavam maiores projetos acabaram por adquirir a desejada autorização” (Bonixe, 2019, p. 62).

Assim, foram revelados os resultados das candidaturas, “depois de alguma controvérsia motivada por alegados favorecimentos por parte da Comissão Consultiva” (Bonixe, 2019, p. 63). Essa situação entrava para o imaginário da sociedade radiofónica devido ao facto de um elemento da direção do Correio da Manhã Rádio marcar presença neste mesmo organismo (Bonixe, 2019, p. 63), mas também porque a Comissão Consultiva era considerada demasiado politizada (Bonixe, 2019, p. 61). Assim, foi atribuída a frequência à Correio da Manhã Rádio, à Rádio Press e à Rádio Nova e, já a Sul, para além do Correio da Manhã, também foi atribuída frequência à TSF e à Rádio Cidade (Bonixe, 2019, p. 63)

Falando uma vez mais em números é de salientar que o concurso público tinha em mente a atribuição de 402 frequências, tendo em conta que “a intenção era claramente a de acolher o máximo de candidaturas que o espectro permitisse” (Carvalho, 2014, p. 31). Acontece que este dado também foi muito discutido e criticado, pelo facto de se considerar que este número significava que Portugal não estava a pensar no futuro das emissoras radiofónicas, nomeadamente os constrangimentos relacionados com a economia e com a publicidade nos projetos radiofónicos (Carvalho, 2014, p. 31). Outro aspeto que se deve salientar é que a atribuição de 402 frequências era um número muito reduzido para a quantidade de rádios de que se tinha registo. Isso acontecia porque, como já foi referido, contava-se com o registo de 600 emissoras piratas, de acordo com os dados da “imprensa da altura” (Bonixe, 2019, p. 62).

Na atribuição das licenças ficou evidente uma assimetria entre as regiões. Enquanto que no litoral, “houve poucas frequências para muitos candidatos” (Bonixe, 2019, p. 62), já no interior verificou-se situação inversa, uma vez que “muitas frequências ficaram por atribuir” (Bonixe, 2019, p. 62). Com estes números chegou-se à conclusão que por volta de 70 frequências ficaram por atribuir (Bonixe, 2019, p. 62). Nos distritos

do interior, como Bragança e Beja, “cerca de 2/3 dos concelhos não teriam qualquer rádio” (Carvalho, 2014, p. 32). Já no litoral verificou-se que “o número de concelhos sem rádio era inferior a 20%” (Carvalho, 2014, p. 32).

Importa também lembrar que os grupos radiofónicos que já estavam legalizados anteriormente, como a RDP e a Renascença, tiveram “a salvaguarda dos direitos adquiridos pela Rádio Renascença e pela empresa estatal RDP - as únicas emissoras com cobertura nacional” (Silva, 2015, p. 35). Com isso, foram constituídas frequências de âmbito regional, como a do Norte entregue à Rádio Press e a do Sul entregue ao Correio da Manhã Rádio (Silva, 2015, p. 35).

No final do processo, e após o silenciamento, as rádios piratas voltaram a entrar no sistema radiofónico, desta vez já licenciadas e legalizadas, tendo que cumprir, a partir desse momento, um conjunto de diretivas (Silva & Oliveira, 2014, p. 25). Neste sentido também é de salientar que todos os processos de legalização e de mudanças nas diretivas provocaram o fecho de algumas instituições radiofónicas e, por conseguinte, adaptações das mesmas consoante os novos tempos mediáticos, destacando que se reorganizaram “de modo a converterem-se em rádios regionais ou locais” (Ribeiro, 2014, p. 114).

Assim, de acordo com Luís Bonixe, considerando os dados disponíveis na Entidade Reguladora, existem 328 rádios locais ativas em Portugal. Basicamente, o sistema mediático português encontra-se dividido com as categorias de rádios nacionais e locais, sendo que estas são divididas a partir das tipologias de rádios generalistas, temáticas informativas e temáticas musicais (Bonixe, 2011, p.58). Neste sentido, é necessário clarificar que uma rádio a funcionar em Portugal, tem que ter a sua respetiva licença legalizada, ou seja, o alvará atribuído a partir de concurso público (ANACON, 2011). Contudo, ter a licença ativa não é sinónimo de conseguir marcar presença nas ondas hertzianas portuguesas (Bonixe, 2010a, p. 3). É preciso não esquecer que “muitas rádios integravam grandes grupos de comunicação, enquanto algumas eram apenas retransmissoras, sem conexão com as comunidades em que se instalavam” (Jorge & Batista, 2020, p. 7). Isto aconteceu devido ao facto de muitas emissoras não terem capacidade de conduzir as suas emissões, o que levou ao seu encerramento, mas também pelo facto de alguns projetos serem obrigados a ceder parte da sua emissão a outras rádios de maior estrutura, localizadas nas zonas metropolitanas (Bonixe, 2010a, p.3).

Para muitos especialistas, a criação das cadeias de emissoras locais é considerada como um flagelo que ameaça a pluralidade radiofônica. Este fenômeno expandiu-se pelo facto de as emissoras locais se terem deixado colonizar pelos projetos mais sólidos e consistentes, e, por conseguinte, com mais recursos e poder económico (Marinho, 2000, p. 100). Esse processo mostrou, de forma inequívoca, os dilemas que muitas rádios de pequena dimensão e com poucos recursos financeiros ultrapassavam, visto que quem comprava essas emissoras ou parte da sua programação eram projetos sólidos e com poder económico (Bonixe, 2010a, p.3).

Esta transferência de investimentos não era inócua e ingénua tendo em conta que era unicamente um instrumento empresarial, porque tinha o objetivo de “chegar ao público das grandes cidades com uma programação meramente musical” (Bonixe, 2010a, p.3). Esta estratégia afetava a ligação que existia com as comunidades onde as rádios se encontravam inseridas, um dos estandartes mais apregoados nas décadas de 70 e de 80. As rádios deixavam assim “de ter uma vocação informativa e de proximidade, pelo menos as que eram obrigadas a socorrer-se desse tipo de estratégias” (Bonixe, 2010a, p. 4).

O governo viria a chamar a atenção para este tipo de ação, alerta que estaria na origem da lei de 1992, que passou a permitir “a associação livres das rádios” (Marinho, 2000, p.100), que tinha como principal objetivo permitir a utilização de “retransmissores e ou habilitar o aumento de potência da emissão” (Decreto Lei no 30/92 de 5 de março da Presidência do Conselho de Ministros, 1992). A ideia era que a qualidade das emissões fosse melhorada, sendo que, no mesmo decreto lei, também foi realçado que a dita organização também iria promover “a divulgação, em regime de associação com outras rádios, de programas de manifesto interesse público” (Decreto Lei no 30/92 de 5 de março da Presidência do Conselho de Ministros, 1992).

Contudo, apesar de essa ideia ter surgido, alguns constrangimentos, incongruências e premissas não foram cumpridas, sobretudo devido a “desfasamentos entre a lei e a prática” (Marinho, 2000, p. 100). Os problemas relacionados com a questão da propriedade dos projetos radiofónicos foi um tópico que marcou profundamente o universo da rádio, sobretudo devido a ambiguidades nas revisões dos decretos-leis e legislações. Essas situações verificaram-se, por exemplo, nos casos da TSF, Cidade, Nova Atlântica, Palmeira, Zarco, Sol e Brava, Correio da Manhã Rádio, Comercial e Nostalgia. Estes exemplos foram citados tendo em conta que num parecer de 1995, proveniente da AACCS, é destacada a problemática das frequências regionais (Marinho, 2000, p. 105).

Como foi referido anteriormente, entretanto foram efetuadas revisões à própria legislação relacionada com o universo radiofónico, isto com o intuito de “garantir um maior rigor no exercício da atividade de radiodifusão” (Marinho, 2000, p. 102), sendo que neste cenário se pensou na programação dos projetos radiofónicos e na concentração de propriedade. A nova versão é dada a conhecer no ano de 1997, lei que viu nascer as tipologias de rádio, nomeadamente as temáticas, e aqui mostra-se que uma rádio só pode ser temática, se uma generalista existir no seu município. A prestação de conteúdos informativos também foi um ponto fulcral, sendo de destacar que as rádios locais passaram a estar obrigadas a difundir, por dia, três noticiários com conteúdos das regiões onde os projetos se encontravam inseridos, sendo que os mesmos projetos também se encontravam obrigados a garantir “um mínimo de seis horas de programação própria” (Marinho, 2000, p. 102). Contudo, esta ação pode ser considerada como sendo uma maneira de proteger a pluralidade de informação devido ao facto de ser uma ferramenta ilustrativa de combate às consequências da retransmissão de conteúdos, e, por conseguinte, às emissões em cadeia, sendo esses conceitos pensados nas legislações criadas no final da década de 90. Um dos sinais disso é o facto de se ter passado a impor “obrigatoriedades em termos de noticiário local e programação própria” (Silva, 2014, p. 44), algo que também era essencial nos trabalhos efetuados em 1988, tendo em conta que os projetos nascidos no tempo das rádios piratas tinham esse mesmo objetivo, ou seja, a pluralidade no mundo mediático.

Com um forte enfoque na quantidade de informação presente na radiofonia portuguesa, mais precisamente nas emissoras locais e regionais, a legislação de 1997, não se dedicou apenas a este tema, tendo em conta que o Decreto-Lei nº 1130/97 formulou novas regras, destinadas a “garantir uma maior transparência das entidades nele participantes” e a “maximizar os recursos financeiros” dos projetos radiofónicos (Decreto Lei nº 130/97 de 27 de maio da Presidência do Conselho de Ministros). Outra mudança prendeu-se com o facto de uma pessoa ou instituição poder deter “5 operadores de radiodifusão” (Marinho, 2000, p. 103). Estes projetos dinamizados no penúltimo ano do século XX tinham como meta efetuar “a transmissão dos alvarás, desde que três anos após a sua atribuição”, passando, por conseguinte, a alargar “os limites da concentração” (Carvalho, 2014, p. 33). Outro pressuposto indicado neste mesmo projeto do governo português relativo ao setor radiofónico em solo nacional é o facto de o mesmo ter passado a transportar a ideia de que as rádios temáticas podem funcionar em cadeia, desde que a junção não seja de mais do que três emissoras (Carvalho, 2014, p. 33).

Mais tarde, em 2001, outra versão da lei da rádio foi criada, salientando que as emissões em cadeia deveriam ser limitadas, nomeadamente em “termos do número de operadores que poderiam associar-se” (Silva, 2015, p. 36). Contudo, a pluralidade continuava a ser posta em causa, tendo em conta que uma entidade passou a conseguir controlar mais emissoras. Isto quer dizer que no início do século XXI uma corporação passou a poder trabalhar com o máximo de cinco operadores, sendo que o mesmo decreto não refere o valor máximo do “valor dessa participação” (Silva, 2014, p. 47). Uma maneira encontrada para regular o pluralismo nas emissões radiofónicas foi a tentativa de criar um mecanismo para reportar os casos em que seria notório uma quebra da garantia da livre expressão e do “confronto das diversas correntes de opinião” (Lei nº4/2001 de 23 de fevereiro da Assembleia da República, 2001).

Porém, o problema persistia (Marinho, 2000, p.100), sendo que a temática continuava a ser destacada nas revisões da Lei da Rádio e, nesse sentido, é de salientar que um decreto-lei promulgado no ano de 2001 realçava que os projetos radiofónicos locais e regionais seriam obrigados a “difundir um mínimo de três serviços noticiosos respeitantes à sua área geográfica” (Lei n.º 4/2001 de 23 de fevereiro da Assembleia da República, 2001). Com este artigo pretendia garantir-se que as rádios locais passassem a investir mais em conteúdos noticiosos, o que teria que acontecer diariamente (Bonixe, 2017a, p.48).

Já no ano de 2010 foi criada uma nova legislação, que destacava, como aconteceu com as anteriores, que as rádios deveriam possuir e garantir uma “emissão de oito horas de programação própria” (Carvalho, 2014, p. 33). Porém, a Lei da Rádio, promulgada no ano de 2010, “passou a permitir que as estações tenham os seus estúdios fora do concelho para onde emitem” (Carvalho, 2014, p. 33). Apesar das tentativas de regular e diminuir as problemáticas das emissoras em cadeia, os grupos com poder económico conseguiam contornar as “restrições legais” (Silva, 2014, p. 48). Esta situação pode ter originado a mudança na respetiva legislação. Nesse sentido, foi decidido que seria necessário passar a ter 10% “do total de licenças atribuídas” a uma entidade (Silva, 2014, p. 48), mas verificaram-se também outras mudanças ao nível das associações das emissoras.

Passa a ser novamente possível a transmissibilidade das licenças, ou seja, vender um serviço de programas de âmbito local, e a licença que a ele está afeta, sem que seja necessário adquirir a empresa ou entidade detentora dessa licença, desde que essa venda seja considerada essencial para garantir a salvaguarda do projeto licenciado ou autorizado (Costa, 2014, p. 31).

No entanto, foi também definido que “não é possível deter mais de 50% das licenças existentes no mesmo distrito” (Costa, 2014, p. 31). Os grupos nacionais que mais se destacam neste cenário são a Media Capital e a Renascença e, em 2010, o cenário mudou tendo em conta que “a ERC autorizou, neste período, 43 operações de retransmissão” (Silva, 2014, p. 55). Esses momentos fizeram com que as pequenas emissoras fossem obrigadas a passar as suas emissões para outros projetos de maior dimensão e de características religiosas (Bonixe, 2006, p. 10).

#### **1.4. O despertar das rádios locais em Portugal: o meio próximo das comunidades**

A necessidade de destacar as regiões e as localidades foram os fatores que estiveram na origem de muitos projetos pirata, como vimos anteriormente, e que acabaram mais tarde por dar origem às primeiras rádios locais no país. O principal trunfo das rádios locais é precisamente essa capacidade de apresentar fielmente a informação sobre determinados locais, até porque “há assuntos de que esta fala mais aprofundadamente, e que as rádios nacionais não, como as tradições e os festivais” (Silva, 2015, 34).

Nesse sentido, este tipo de emissoras, tendo em conta que possuem objetivos diferentes devem seguir esse mesmo percurso, ou seja, destacar-se a partir das suas características diferenciadoras, muito ligadas à promoção das regiões em que se encontram inseridas (Silva, 2015, 34). O facto de as emissoras nacionais se encontrarem inseridas nos grandes centros urbanos, como Lisboa e Porto, faz com que não seja possível acompanhar fielmente os acontecimentos nas diversas regiões portuguesas, fator que tem como principal consequência o destaque dado às maiores cidades do país, em detrimento de outros municípios e distritos (Andrade, 2014, p. 29). Assim, é imperativo recordar que o grande trunfo das rádios locais passa pelo facto de as emissoras de alcance nacional não destacarem notícias de índole local, tendo em conta que essas “raramente ocupam a sua antena com temáticas locais” (Bonixe, 2019, p. 114).

Para além das rádios locais conseguirem fazer companhia aos seus ouvintes, como também acontece com o outro tipo de emissoras, elas possuem também a capacidade de ajudar a desenvolver as regiões, nomeadamente através do “acompanhamento dos acontecimentos das regiões” onde as pessoas se encontram inseridas, como refere o diretor da rádio Brigantia, Paulo Afonso, em entrevista dada ao programa televisivo Sociedade Civil (Sociedade Civil, 2021).

Neste sentido, o papel da informação é também muito importante na consolidação das rádios locais, uma vez que é algo que ajuda a demarcá-las das restantes emissoras, nomeadamente através da proximidade com os seus ouvintes (Chantler & Harris, 1997, p. 5 apud Oliveira, 2014, p. 87). Por outro lado, elas têm também “um papel ímpar na divulgação de novos talentos que nem sempre têm acesso imediato a um meio de expressão nacional” (Oliveira, 2014, p. 87).

O destaque dado às regiões marca de uma forma significativa os conteúdos das rádios locais, faz com que a população se sinta representada nos media, criando uma sensação de pertença, como realçam diversos autores. Isto acontece porque o jornalista e os próprios animadores da rádio local conhecem os protagonistas da peça e a respetiva comunidade, chegando ao ponto de interagirem “com elas o tempo todo no espaço da cidade, mantendo contatos de maior ou menor proximidade” (Melo, 2007). Esta interação não acontece com os meios de comunicação de âmbito nacional, algo que pode impossibilitar a total compreensão das individualidades e dos contextos dos acontecimentos e relações sociais (Melo, 2007). A proximidade promovida pelas rádios locais está ligada também à partilha de ideias com a comunidade onde se encontram inseridas, tendo em conta que “as temáticas são enquadradas em referenciais conhecidos e partilhados por toda a comunidade” (Hendy, 2000, p. 195 apud Bonixe, 2019, p. 16), desde logo porque os conteúdos são sempre interpretados tendo em conta o próprio palco social e civil (Gomis, 1997, p. 44).

Apesar de o cidadão conseguir ter acesso a informação de todo o globo, o que se encontra perto da porta da sua casa acaba por ser o que lhe chama mais atenção, até porque “ninguém se interessa por tudo” (Wolton, 1995, p. 183 apud Camponez, 2002, p. 87), tendo em conta que os conteúdos são interpretados com base no contexto e no meio que rodeia a audiência (Wolton, 1995, p. 183 apud Camponez, 2002, p. 87).

Um dos marcos dos projetos locais e regionais passa pela criação de um laço entre o próprio ouvinte e leitor, relação essa que passa a ser “o princípio da comunidade” (Oliveira, 2013, p. 186). Assim, nesse mesmo sentido, é preciso realçar que “é nestas condições privilegiadas de uma relação de identidade e partilha que a palavra e o som manifestam uma aptidão performativa para criar mundos imaginados” (Silva & Oliveira, 2014, p. 36). Estes fatores acabam por demonstrar que o meio da rádio ajuda a promover os afetos e a intimidade entre os seus produtores e utilizadores (Oliveira, 2013, p. 181), até porque a escolha da própria estação de rádio quer dizer que o ouvinte se sente familiarizado com a comunicação transmitida (Oliveira, 2013, p. 186).

Como afirma Oliveira, a escolha dos media representa uma familiaridade, o que só acontece se os cidadãos se sentirem representados com o que é destacado e exposto, algo que é comprovado por mais autores. Esta própria situação provoca uma identificação com o espectro mediático, como explica Divitiis, garantindo que, neste mesmo caminho, os media locais consigam traçar percursos que não se cruzam com os nacionais, sendo de destacar que a identificação é um desses traços, até porque ele fica vincado com o facto de as notícias conseguirem despertar a atenção e de terem como consequência o facto de os seus espectadores se sentirem automaticamente identificados no que é mostrado pelas notícias (Divitiis, 2011, p. 3).

No livro “*A TV de proximidade e os novos desafios do espaço público*”, Pedro Coelho compara os projetos locais ao “modelo de espaço público de Habermas” (Coelho, 2005, p. 154), devido ao facto de os mesmos trabalharem com o próximo a partir da comunicação, potencializando o desenvolvimento das regiões. Aqui também entra a ideia de que o debate para solucionar os problemas regionais pode ter um incremento, nomeadamente a partir da participação do público (Coelho, 2005, p. 154). Neste caso, também é possível criar retratos que demonstrem e comprovem a importância social dos projetos locais. Para Camponez, o jornalismo de índole local pode ser considerado como sendo uma “instituição social, como compromisso mediático e territorial e como estratégia empresarial” (Camponez, 2002, p. 103), acabando por se tornar um compromisso com o meio onde se encontra inserido (Camponez, 2002, p. 113).

Com a missão de serem um compromisso com o meio onde se encontram inseridos (Camponez, 2002, p. 113), as rádios locais cumprem esse mesmo papel ao repercutir o que acontece em determinadas regiões e de destacar as vozes das instituições e cidadãos (Bonixe, 2019, p. 114). Nesse sentido, Bonixe, refere que as emissoras são “uma ágora para o debate local e contribuindo, deste modo, para o conhecimento sobre a comunidade” (Bonixe, 2019, p. 114).

Num estudo organizado pela Ofcom é referido que as rádios de dimensão pequena (*small-scale services*) conseguem marcar de uma forma significativa a vida dos seus ouvintes e são valorizadas pelos mesmos tendo em conta que trabalham temáticas que não são destacadas em outros órgãos de comunicação social. Por isso mesmo, juntam as comunidades a partir do suporte e envolvimento nos assuntos locais e, nesse sentido, sentem que a rádio lhes pertence (Ofcom, 2011, p.16), até porque passa a existir um “sentimento pessoal e familiar” (Ofcom, 2011, p.22). Assim, os projetos ligados ao tópico e conceito do local criam um certo capital de confiança, tendo em conta a própria

“proximidade comunitária de leitores e dos anunciantes” (Leprette & Pigeat, 2002, p. 13 apud Camponez, 2017, p. 15).

Assim, é preciso referir que um meio angaria audiência se a mesma se sentir representada e valorizada nos seus conteúdos (Camponez, 2002, p. 164), tornando, assim, “um jornalismo “próximo” do cidadão” (Camponez, 2002, p. 165). Contudo, apesar das limitações humanas e económicas, as rádios locais conseguiram criar “uma nova perspetiva sobre a informação” (Oliveira, 2014, p. 87), tendo em conta que descentralizaram a mesma até, porque “os repórteres das rádios locais esforçaram-se por levar para antena os problemas vividos pelos cidadãos” (Bonixe, 2012, p. 320).

Uma forma de potenciar a ligação às sociedades, nomeadamente nos locais de trabalho das rádios passa pela própria linguagem. Isto quer dizer, como já foi referido no primeiro subcapítulo, que ao contrário das rádios nacionais, conhecidas pela linguagem uniformizada, as emissoras das diferentes localidades privilegiam os seus próprios sotaques e expressões características, assim, estes registos ajudam a aproximar os ouvintes dos locutores, tendo em conta que eles falam o mesmo (Reis, 2014, p. 81), algo que também é destacado por Silva (2015).

Importa também lembrar que apesar de em 1985 o Estado ainda não ter concretizado a legalização dos projetos locais e regionais, salientou, logo nesse momento, a importância dos meios de comunicação regionais, tendo em conta que em 25 de março desse mesmo ano, a RDP criou um emissor na Guarda e o mesmo aconteceu em Santarém (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 388). Este cenário pode explicar-se pelo facto de o processo de legalização não avançar e “as estações do Estado e da Igreja aproveitarem a demora para contra-atacarem, através da estratégia da “regionalização” da RDP”, nomeadamente com os casos da Rádio Coimbra, Rádio Elvas, Rádio Algarve e Rádio Guarda (Mesquita, Reis & Nunes, 1994, p. 390).

Outro aspeto que importa destacar diz respeito à dimensão laboral, sendo de salientar que este tipo de emissoras também contribuiu para a criação de condições para a entrada de trabalhadores e profissionais no mundo da rádio, algumas vezes apenas para participar nesses projetos, noutras situações como forma de progredir profissionalmente (Oliveira, 2014, p. 91), até porque “as rádios locais proporcionaram, a oportunidade a muitos jovens de entrarem na profissão de jornalista” (Bonixe, 2012, p. 321).

Na tese de mestrado intitulada de “*Globalização e jornalismo local: estudo de caso do Porto24*”, com recurso à obra de Sofia Santos, é referido que a equipa de redação nestes meios de comunicação é jovem, a rondar os “20 e os 30 anos”, destacando que os projetos locais se tornaram a primeira experiência profissional depois da universidade permitindo a preparação dos futuros profissionais para os projetos de índole nacional (Santos, 2007 apud Andrade, 2014, p. 56). Na obra “*Ser Jornalista em Portugal - Perfis Sociológicos*”, organizada por José Rebelo, é referido que apesar de os meios de comunicação terem as suas sedes nas zonas da capital, o cenário tem passado a ter outros contornos, tendo em conta que os jornalistas empregados em outros territórios portugueses aumentaram em 17 anos, passando “de um décimo para quase um terço do total” (Rebelo, 2011, p. 155), algo que pode estar relacionado com a criação de projetos locais, nomeadamente as rádios.

Encerramos este ponto destacando que o movimento pirata esteve na origem de muitas rádios locais, mas que foi a ligação que promoveram com as comunidades que fez verdadeiramente despertar as rádios locais. É precisamente a questão da proximidade que abordamos no próximo ponto, destacando a sua relevância no contexto das rádios locais.

#### **1.4.1. A programação das rádios locais: da informação aos discos pedidos**

Em primeiro lugar é preciso salientar que as emissoras radiofónicas costumam ser ordenadas em função da informação e do entretenimento (Kischinhevsky, 2009, p. 224). Contudo, é importante considerar que a programação nas emissoras, de acordo com Silva, costuma ser linear durante a semana, só “sofrendo algumas alterações ao fim de semana” (Silva, 2015, p. 43), sobretudo tendo em conta que os conteúdos derivam e trabalham as temáticas do noticiário, relato de futebol, fóruns, discos pedidos, top mais de música, passatempos, programas humorísticos, receitas, programas de saúde, boletins de trânsito (Silva, 2015). Outro aspeto que importa realçar está relacionado com o facto de a programação mudar ao longo do dia, tendo em conta que a grelha “é diferente de hora para hora e adequada às pessoas e às suas rotinas” (Silva, 2015, p. 43).

Muitas dessas rotinas são marcadas pela informação e pela música, até porque “os noticiários, quase sempre de hora em hora, são o conteúdo considerado mais importante da rádio” (Silva, 2015, p. 43), seguindo os momentos dedicados à música (Silva, 2015, p. 43). Assim, também podemos verificar que os espaços dedicados às

entrevistas, saúde, receitas e desporto em revista tornam-se uma parte menos central nas grelhas de programação (Silva, 2015, p. 46).

Porém, não devemos esquecer a importância que a publicidade tem no contexto da rádio. Este tópico é muito relevante para todo o tipo de emissoras radiofónicas, até porque a publicidade constitui uma das receitas mais importantes para as rádios (Silva, 2015, p. 61). Com isto também podemos salientar que nestes pequenos intervalos muitas rádios conseguem incluir nas suas grelhas conteúdos relacionados com notícias, meteorologia, educação, eventos, música entre outros tópicos (Ofcom, 2011 p. 19), momentos que também podem ser acompanhados com a participação do público, nomeadamente a partir de passatempos e concursos (Oliveira, 2014, p.89). Todas estas ferramentas, contando com informações sobre o trânsito e outras utilidades, procuram envolver as pessoas na programação e na estrutura das estações radiofónicas (Mcluhan, 1964).

Destacando agora a música, é de salientar que é algo que se encontra muito presente nas emissoras e isso torna-se notório quando nos deparamos com o facto de grande parte das emissões ser ocupada por esta. No entanto, a utilização, por vezes excessiva de conteúdos musicais, nomeadamente nas emissoras de índole local, é muito criticada, apesar de este ser o mecanismo muitas vezes utilizado para colmatar a falta de outros programas (Costa, 2004 apud Silva, 2015, p. 44).

A verdade, é que a música é o grande pano de fundo de todas as rádios, através dela apela-se à participação das pessoas, fazem-se pausas para apresentar os noticiários, passa-se a publicidade e apresentam-se os programas especiais com ligações em direto (Silva, 2015, p. 44)

No entanto, é importante que a rádio não se socorra em demasia da música, tendo em conta que não é vantajoso retirar a palavra aos locutores (Portela, 2006 apud Silva, 2015, p. 45). Esta mesma ideia fica com contornos ainda mais nítidos quando se diz que se torna imperativo moldar a programação para dar espaço à voz, tendo em conta que esse instrumento é o alicerce das emissoras radiofónicas, até porque “a palavra em rádio é também notícia” (Rosental Alves, 2005 apud Portela, 2011, p. 30).

Importa realçar que a própria programação radiofónica teve que se moldar aos novos tempos e às novas vontades do público, tendo em conta as plataformas de música e a rapidez com que os conteúdos noticiosos são distribuídos (Jorge & Batista, 2020, p. 1), o que tornou claro que as emissoras, com o advento das novas tecnologias, procuram uma “exploração de novas linguagens e formatos” (Ferraretto & Kischinhevsky, 2010, p. 176).

Mas não podemos também esquecer que as rádios locais têm como modelo as emissoras nacionais, inspirando-se muitas vezes nelas para construírem as suas grelhas de programação. Estas são normalmente preenchidas com características identificadoras, com “a oferta de conteúdos a passar pela transmissão de informação, pela emissão de programas desportivos (normalmente sobre o desporto local) e pela difusão de música” (Reis, 2014, p. 86), partilhando, também no alinhamento, momentos de entrevista e de participação dos ouvintes, emissões em direto de alguns acontecimentos relevantes para a comunidade, de especto cultural ou desportivo. Apesar disso, as rádios locais acabaram por ser um marco para a consolidação de novos conteúdos, tendo em conta que deram a oportunidade de destacar temas que não entravam nas emissoras nacionais e de promoverem outros registos musicais, nomeadamente o registo popular, não esquecendo a participação mais facilitada do público nas emissões radiofónicas, até porque “foram as rádios locais que a tornaram numa prática recorrente na programação radiofónica” (Reis, 2014, p. 86).

Falando, uma vez mais, sobre as áreas musicais, não se pode esquecer que a música marcou de forma significativa o aparecimento das rádios piratas, tendo em conta que algumas optaram por dar a conhecer novas realidades musicais e também comerciais (Hoeven, 2012, p. 2), até porque a música nas rádio piratas tinha como principal mote a demonstração de novos artistas, e, por conseguinte, estilos musicais que não eram divulgados nas estações nacionais (Hoeven, 2012, p. p. 5). Em termos de música, muitas rádios locais, as antigas piratas e alternativas, optam por transmitir música alternativa às nacionais, como a música de índole popular (Ofcom, 2011 p. 28). Isto acontece porque as emissoras comerciais e nacionais têm um certo mercado para captar, sendo que as locais têm uma maior liberdade nesse campo, conseguindo, muitas vezes, destacar estilos musicais das regiões onde estão inseridas (Oliveira, 2014, p.88).

Mas as grelhas das rádios locais são feitas de muitos outros conteúdos, como os discos pedidos, os programas da manhã participados, a antena aberta, os debates, os noticiários, diferentes programas, mas sempre “sustentados na proximidade e interatividade” (Costa, 2014, p. 20). Um dos conteúdos que merece destaque e a que já fizemos referência é o do desporto. Como tivemos oportunidade de realçar, o desporto é uma temática que foi e ainda continua a ser um marco na grelha de algumas emissoras radiofónicas, nomeadamente com o acompanhamento e com os relatos em direto das partidas futebolísticas (Silva, 2015, p. 45). Estas informações demonstram que as rádios locais foram marcadas pela valorização e destaque dos “clubes e modalidades locais” (Silva & Oliveira, 2015, p. 28), sendo ainda de destacar que as mesmas trouxeram “novas práticas discursivas no meio radiofónico” (Bonixe, 2006, p. 157).

Outro dos programas que importa destacar são os discos pedidos, apanágio das rádios locais, apresentam-se como o programa que dá oportunidade aos ouvintes de escolher as suas músicas preferidas e participar em direto na emissão, nomeadamente através de dedicatórias (Hortelano, 2008, p. 131 apud Oliveira, 2014, p. 89). Apesar de se ter verificada uma interrupção na emissão deste tipo de programas, a partir dos anos 80 o conceito voltou a marcar as ondas hertzianas (Oliveira, 2014, p. 89). Os discos pedidos acabam por ser considerados como sendo dos programas mais famosos das rádios locais pela ligação que promovem com as comunidades. Um dos maiores aliados deste conteúdo são precisamente os ouvintes, que os alimentam através da sua participação (Silva, 2015, p. 45). Numa reportagem da RTP, disponível no arquivo do programa Sociedade Civil, é demonstrado, a partir do acompanhamento de uma emissora e dos seus ouvintes, a importância que os discos pedidos têm para a população, destacando o carinho suscitado por este género tão marcante nas rádios locais, assumindo-se como um momento de companhia, de desabafos e o espaço para “uma palavra amiga” (Sociedade Civil, 2021).

Neste ponto procurámos destacar o facto de a programação das rádios locais, ser marcada por um conjunto de conteúdos característicos destas estações, das comunidades onde se inserem, o que nem sempre acontece nas rádios de âmbito nacional. Realçamos esta dimensão apenas como forma de salientar a especificidade das rádios locais, mas sobretudo porque acreditamos que são também estas especificidades que podem ser importantes no desenvolvimento de conteúdos para o ambiente digital.

## **1.5. A rádio Alto Minho FM no contexto das rádios locais**

Depois de nos pontos anteriores termos destacado a expansão das rádios locais, realçando em particular que estes meios de comunicação são muito importantes no contexto das comunidades em que se encontram inseridos, centramos agora a nossa atenção na rádio Alto Minho FM, estação escolhida para a realização do estágio.

Para o retrato que procuramos fazer, neste momento, da rádio Alto Minho, seleccionamos os aspetos que considerámos mais relevantes a partir de uma apresentação feita pela própria estação. Todas as informações alavancadas neste mesmo subcapítulo têm origem num comunicado elaborado pela emissora, criado para o efeito deste mesmo relatório de estágio.

Começamos assim por destacar que a rádio “iniciou as suas emissões regulares em finais de Julho de 1989, depois de um grupo de cidadãos da região de Viana do Castelo ter constituído uma sociedade e ter apresentado uma candidatura à criação de uma rádio local” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1). No seguimento desta organização, a estação ficaria em primeiro lugar no concurso de atribuição das frequências locais, garantindo “a maior potência no distrito de Viana do Castelo”, o que lhe permitiu “a cobertura de uma área diversificada e significativa em termos de audiências, no mercado do Norte” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1).

O local onde seria instalado o centro emissor teve uma importância significativa na estratégia de desenvolvimento da estação, uma vez que “estando o Centro Emissor principal localizado na serra mais alta da região (Senhora do Minho), permite cobrir com eficácia as zonas de Valença e Caminha (Âncora) a Norte, Ponte de Lima e Ponte da Barca a Este e Barcelos e Esposende a Sul” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1). É precisamente nestas áreas que “a influencia da RAM é bastante sentida, quer pelo elevado número de ouvintes que diariamente a contactam, quer pelos anunciantes que apostam nesta estação emissora para promoção dos seus produtos” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1).

A localização não impede, no entanto, que a estação seja escutada noutros pontos, uma vez que “é possível sintonizar a Rádio Alto Minho desde o Porrinho (Espanha) até aos Carvalhos (Porto) na orla litoral, passando por Fafe, Guimarães, Braga, Famalicão, etc.” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1). Neste contexto, é também importante destacar que a estação emite “em duas frequências (97.0 e 101.7), e em RDS, para uma eficaz sintonia da RAM no norte do país” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1).

A abrangência geográfica é um primeiro sinal daquele que é objetivo da estação, que procurou, desde a sua fundação, “colmatar lacunas que até então os outros meios de comunicação não supriam” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1), sobretudo ao nível do estilo e da programação. A aposta da Alto Minho FM é por isso diferenciadora, uma vez que sempre “foi, e continuará a ser dado especial privilégio à voz das populações da zona em que se insere através de programas de índole geral, de associações culturais, escolares, desportivas, quer de programas temáticos onde se abordam temas específico” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1). Dar a conhecer o melhor que a região tem para oferecer é por isso um dos principais objetivos da região (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1).

No que diz respeito à programação, mas observando em particular a oferta musical, verifica-se que “a Rádio Alto Minho reserva espaços à música portuguesa e de

expressão portuguesa, mitigados com outros de índole específica dedicada ao *rock*, *heavy metal*, *jazz*, divulgação de tops, etc.” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1). Ninguém tem dúvidas quanto à importância que a música tem na estação e é nesse sentido que “os produtores e realizadores organizam com o maior cuidado, diariamente, os alinhamentos das emissões musicais” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1). Neste contexto, a estação destaca “o crescente reconhecimento das editoras discográficas” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 1), que solicitam a divulgação dos trabalhos que são enviados, num sinal de reconhecimento do trabalho realizado pela estação de rádio local (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2).

Atenta ao mercado e às transformações que se verificam no meio radiofónico, a estação tem-se assumido, nos últimos anos, “como uma rádio voltada para o público de uma faixa etária mais jovem, o que se reflete na *playlist* musical, passatempos e jogos de antena, bem como em outras interações” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2).

Consciente de que na atualidade é preciso fazer rádio fora das paredes dos estúdios, a Rádio Alto Minho tem vindo a promover “diversos eventos no exterior (programas temáticos, cobertura de eventos, provas desportivas e outros) ao longo do ano, com o objetivo de estreitar laços com a população através de emissões de proximidade” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2).

Mas nem só de música se faz esta rádio local, que tem vindo a apostar, cada vez mais, no setor da informação, também ele “um fator importante na captação dos ouvintes” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2). A aposta da estação tem sido na produção de noticiários próprios, veiculados em antena ao longo do dia, complementados “com notícias publicadas na página web e redes sociais, produzidos por uma equipa de profissionais credenciados” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2). A estação realça a importância da informação para as comunidades, enfatizando que “este é um dos pilares que mais tem sido objeto de incremento nos últimos anos” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2).

No centro do trabalho que a estação desenvolve estão e estarão sempre os ouvintes, que respondem sempre que são chamados, reconhecendo a importância que a rádio local para a região. “A massiva participação nos passatempos e concursos e a assídua presença dos ouvintes sempre que é solicitada a sua participação nas mais diversas iniciativas, bem como a solicitação frequente de visitas aos estúdios da rádio por escolas, associações e até a título individual, são a certeza de uma boa interação com as populações da região” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2).

A ligação com a comunidade é também visível noutras áreas, como por exemplo ao nível dos protocolos que estabelece “com instituições de ensino secundário e superior, promovendo estágios curriculares e profissionais, sempre que lhe é solicitado e depois de uma rigorosa análise à sua viabilidade” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2). A Alto Minho Fm demonstra assim que não se alheia “da comunidade que a rodeia e de todos aqueles que se preparam para o mundo do trabalho na área da comunicação social nas mais diversas vertentes (jornalismo, marketing, multimédia e outros)” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2).

Em 2019 a Rádio Alto Minho FM assinalou 30 anos de emissões, afirmando a vontade de “continuar a inovar e a crescer, cimentando a sua voz na região de Viana do Castelo, bem como em outras regiões limítrofes” (Rádio Alto Minho, 2021, p. 2).

Encerramos assim este ponto, onde procurámos sobretudo dar a conhecer a Rádio Alto Minho FM, recorrendo, para o efeito, as palavras usadas pela própria estação para se apresentar. No ponto seguinte, que fecha o primeiro capítulo deste relatório, destacamos algumas das mudanças que se verificaram, nos últimos anos, no cenário mediático, indagando sobre em que medida muitos deles se configuram como desafios para as rádios locais.

## **1.6. As mudanças no cenário mediático e os desafios das rádios locais**

Nos últimos anos foram muitas as mudanças que se fizeram sentir no sistema mediático e que acabaram por afetar os diferentes meios de comunicação. No caso da rádio, e mais particularmente das rádios locais, podemos dizer que, em pleno século XXI, estas estações vivem ainda em permanente mutação, procurando adaptar-se aos novos cenários criados pelas novas tecnologias em geral, mas sobretudo pela Internet. Uma das mudanças mais significativas registou-se na relação com as comunidades, nomeadamente aquelas que se encontram na diáspora, que apesar de estarem longe, podem acompanhar as emissões *online* (Bonixe, 2017a, pp. 47-49).

Apesar de os desafios na atualidade serem outros, a verdade é que a rádio foi, quase desde o momento em que foi criada, posta em causa. Basta pensarmos nos profetas que defendiam que a rádio viria a desaparecer com o advento da televisão e do cinema. Apesar desse presságio e agouro, a verdade é que o meio radiofónico tem sobrevivido, mas acima de tudo, tem-se adaptado às novas circunstâncias (Oliveira, 2013, p. 178),

mostrando-se capacidade de reinvenção, mesmo se viu o seu protagonismo de outrora ser roubado pelo poder da imagem (Pereira, 2011, p. 17).

Com os novos desafios mediáticos, a rádio tem vindo a adaptar-se e a angariar novas formas de chamar a atenção, mesmo com o aparecimento de novos meios de comunicação ou com a subida da sua popularidade, como aconteceu no tempo em que a televisão passou a ocupar o serão de muitas famílias (Silva, 2015, p. 27) ou mais tarde quando a Internet roubou a atenção de tudo e todos (Silva, 2015, p. 28). Apesar de tudo, é notório que a rádio tem vindo a acompanhar as tendências e a tentar reforçar a sua posição no espectro mediático (Pereira, 2011, p. v). Apesar da capacidade de adaptação, o percurso não tem sido fácil, tendo em conta que o uso das novas tecnologias necessita de recursos humanos e capital, algo que não abunda, sobretudo em alguns projetos locais (Silva, 2015, p. 65).

Na atualidade os jornalistas precisam de acompanhar os novos cenários, o que os obriga a dominar novas linguagens ou ferramentas inovadoras, pensando que “se até agora, os jornalistas de rádio se preocupavam unicamente em disponibilizar um “bom som” agora terão de pensar igualmente numa “boa imagem” e num “bom texto”” (Bonixe, 2008, p. 286). Por outro lado, são também necessárias capacidades ao nível da gestão, uma vez que é preciso pensar em mais atividades, para além da procura e partilha de informação (Bonixe, 2008, p. 286).

Numa entrevista concedida ao Obercom, o Ex-Diretor de Informação da Antena 1, João Barreiros, afirmou que a rádio, em Portugal, encontra-se a sofrer diversas mutações, mais precisamente no campo dos modelos organizacionais e institucionais, especialmente por causa da concorrência mediática e das estratégias que têm vindo a ser adotadas (Obercom, 2006, p. 26). No entanto, de acordo com aquele profissional, a realidade mostra que “está tudo muito igual”, embora considere que “mais tarde ou mais cedo vem aí uma nova revolução na rádio” (Obercom, 2006, p. 27). A revolução pode talvez ser ao nível tecnológico, uma vez que João Barreiros considera também que Portugal, em relação a estratégias internacionais, ainda se encontra um passo atrás e por isso não pode oferecer a mesma experiência em território nacional (Obercom, 2006, p. 29).

Desde a sua legalização até 2021 a rádio em Portugal ultrapassou “um sem número de inovações tecnológicas e mudanças a todos os níveis” (Silva, 2008, p. 53). Para muitos autores, o campo mediático encontra-se sempre em mutações e o século XXI não pode ser diferente (Silverstone, 1999, p. 268). Pensando na parte tecnológica, e em particular

numa das tendências mais recentes, as plataformas de *streaming*, Ricardo Lomar, animador na Rádio Nova Era, referiu, em entrevista no programa Sociedade Civil, que estas plataformas podem prejudicar a rádio, mas este meio de comunicação consegue sobressair por “causa da presença humana” (Sociedade Civil), algo que pode mostrar a sua maleabilidade e adaptação. Esta adaptação também se viu na época do fascínio televisivo, em que a rádio reestruturou as suas grelhas a partir da informação, da música, do entretenimento e de outras vertentes (Martins, 2001, p.11).

Contudo, apesar das mudanças e do facto de a radiodifusão portuguesa ter sido legalizada no final dos anos 80, ainda existe um longo caminho a percorrer para ordenar o espectro radiofónico português, sinal de que existem debilidades a nível financeiro e nomeadamente a nível do mercado (Silva, 2014, p. 44).

Para Nuno Azinheira, a falta de receitas não matou as rádios locais e muitas ainda conseguem exercer “uma infinita capacidade de resistência”, marcada pelo destaque e defesa das diversas regiões portuguesas (Azinheira, 2002), contudo nem tudo corre de feição para o espectro radiofónico de proximidade. Os problemas económicos abateram-se sobre todos os meios de comunicação, até os nacionais, incidindo nas redações e nas condições de trabalho como detetaram o Obercom e o Sindicato dos Jornalistas (apud Fidalgo, 2008, p. 111). Para Silva, a crise acentuou-se no início do século XXI, o que proporcionou uma quebra nas receitas derivadas das atividades publicitárias, correspondendo, dessa forma, a cortes nos *media* e despedimentos em massa (Silva, 2008, p. 166). Estes cenários serviram apenas para demonstrar que “as rádios locais portuguesas estão habituadas a viver com a corda na garganta, à custa de um mercado publicitário exíguo e em retracção” (Azinheira, 2002). São vários os autores que apontam para “as debilidades de ordem financeira e estrutural de muitas empresas de radiodifusão” (Bonixe, 2019, p.65), explicadas, na sua maioria, “devido às poucas fontes de rendimento, mas aos elevados custos, principalmente de capital humano.” (Silva, 2015, p. 74).

Apesar de terem contribuído muito para a mudança no espectro mediático, as emissoras depararam-se com muitos problemas derivados das receitas e da sustentabilidade das mesmas (Bonixe, 2017a, p. 47), o que originou a venda de espaços de emissão (Bonixe, 2017a, p. 48), muitas vezes das próprias emissoras, acabando por permitir o aumento e crescimento dos grupos de *media*.

De acordo com Bonixe as rádios locais têm ainda que ultrapassar diversos dilemas que podem condicionar o seu trajeto. Esses dilemas dizem respeito à falta de capital

humano, uma baixa renumeração, “problemas na organização” e poucas receitas (Bonixe, 2014 apud Jorge & Batista, 2020, p. 7), sem esquecer a falta de formação da redação (Bonixe, 2019, p. 73). Estes dados foram novamente assinalados, tendo em conta que muitos projetos locais não conseguem acompanhar as novas tendências e ficam desfasados das novas realidades e oportunidades, tendo em conta os poucos recursos económicos e humanos (Campainha, 2001, p. 5). É aliás esta falta de recursos que ajuda a explicar a estratégia de “cortar e colar” adotada por muitos, ou seja, o copiar os seus congéneres (Campainha, 2000, p. 11). Com isto destaca-se que muitas emissoras acabaram por ser marcadas pelo uso do mimetismo, ou seja, imitação de outros meios de comunicação, cenário provocado pela falta de sustentabilidade financeira, pelos poucos recursos económicos, pelos poucos colaboradores e pela falta de criatividade no campo radiofónico, mediático e jornalístico (Santos, 2008, p.89).

Também é necessário pensar que as dificuldades sentidas pelos meios de comunicação locais podem levar ao êxodo de profissionais, ideia que é destacada no artigo de Salvador Lopes Martins e Esdras Domingos da Silva, intitulado “*A cara do jornalismo no interior*”. Os autores destacam que os estudantes de comunicação e jornalismo acabam por ter a tendência, para desempenharem a sua atividade profissional, de procurarem experiências nos projetos mais consolidados e com mais poderio económico (Martins & Silva, 2005, p. 6). Os projetos locais, para contrariar este cenário, contratam pessoas de outras áreas, que nem sempre correspondem aos princípios jornalísticos, ato que tem como consequência o facto de “um outro profissional que ocupe a função do jornalista estará mais suscetível às intempéries da rotina jornalística” (Martins & Silva, 2005, p. 7).

Neste contexto é também importante destacar os problemas que se verificam ao nível do mercado publicitário. De acordo com Arons de Carvalho, depois do processo de legalização das rádios, rapidamente se observou que o sistema publicitário era deficitário e que não haveria lugar para todos. Para além de nem todas as emissoras terem capacidade para entrar no sistema, a falta de receitas impede que seja mantido um número aceitável de colaboradores, bem como outras despesas essenciais (Santos, 2008, p. 89). No entanto, para Toro, a dependência publicitária é prejudicial para as emissões hertzianas, até porque demasiada publicidade corresponde, de acordo com as suas palavras, a uma montra de vendas, auxiliada pelo recurso da voz e da música (Toro, 1993, p. 194), ideia que corrobora o facto de muitos investigadores acreditarem que a rádio tem vindo a perder o seu brilho, nomeadamente por causa do excesso de publicidade e da redução de conteúdos informativos (Santos, 2014, p. 101).

Contudo, apesar de ser essencial para a sobrevivência das rádios, como já foi destacado, o valor da publicidade tem vindo a diminuir nas rádios locais e entre os responsáveis dessa situação encontramos os canais televisivos privados (Azinheira, 2002). A perda de receitas nas rádios locais é mais perceptível quando se percebe que é necessário pagar diversas despesas, entre as quais, as dos recursos humanos, mas também uma emissão que dura 24 horas. Nesta situação é referido que este cenário, ou seja, a parte financeira, prejudica os projetos, porém, o Estado nem sempre está do lado da comunicação social, como explica Vítor Gonçalves, Diretor Geral e de Informação das rádios Total FM e Sagres FM em entrevista ao programa Sociedade Civil.

A falta de receitas provoca assim uma situação caracterizada pelos “baixos salários e precariedade laboral”, a que se junta “a fragilidade e a escassez do mercado publicitário” (Coelho, 2005, p. 161). Como foi destacado, o voluntariado ainda marca muito do quotidiano das emissoras locais. Contudo, este cenário tem vindo a mudar por causa do mercado, uma vez que é necessário apostar em conteúdos profissionalizados e que vão ao encontro dos seus ouvintes, o que levou à necessidade de contratar profissionais da área (Silva, 2008, p. 56), ainda que nem sempre esta situação seja possível ou se verifique.

Uma maneira de contornar este dilema passa pela estratégia de integração em grupos mediáticos sendo de destacar que a procura do lucro tem mudado os projetos, até porque os meios de comunicação, nomeadamente as rádios, “tornaram-se mais preocupados com os lucros e menos preocupados com o conteúdo” (Curran & Seaton, 1997, p.12). Esta mesma situação pode explicar o facto de se ter passado a declinar a qualidade e o espaço da informação, passando, dessa maneira, a apostar cada vez em blocos informativos e em conteúdos mais populares para as massas (Reis, 2014, p. 101). Assim, comprova-se que algumas emissoras tiveram que vender parte ou a totalidade dos seus projetos, porém, as que ainda resistem, têm que abraçar diversos dilemas que podem pôr em causa o seu trabalho e a continuação do mesmo (Bonixie, 2006, p. 166-167). São várias as rádios que para sobreviver, muitas vezes, tem que se sujeitar a acordos, nomeadamente no campo publicitário, político e religioso, acordos esses com dividendos (Savenhago, 2017, p.165).

Os grupos mediáticos, apesar de ajudarem economicamente os projetos, acabam por ser um catalisador para retirar a proximidade das rádios locais. Tem-se assistindo à “perda de carácter local das frequências, afastando-se do princípio que estruturou o sector em Portugal” (Silva, 2015, p. 34), o que acaba por afetar a pluralidade e a diversidade no campo dos media (Silva, 2014, p. 49). A junção das rádios na produção

de conteúdos pode significar a perda da valorização das identidades culturais regionais (Neuberger, 2012, p. 30), até porque existiam, e ainda existem, rádios que se limitam, por exemplo, a repassar noticiários das emissoras nacionais (Costa, 2014, p. 25).

Todas estas problemáticas demonstram que a proximidade está a ser posta em causa e que muitas regiões ficaram órfãs do espectro radiofónico (Silva, 2015, p. 38), até porque as diversas estratégias e problemas tem provocado “o desaparecimento do carácter local destes emissores” (Silva & Oliveira, 2014, p. 25), sendo caso para dizer que as emissoras deixaram de lado os seus propósitos iniciais, promovendo a sua sobrevivência (Bonixé, 2006, p. 157). Porém, este cenário não abona a favor das rádios locais, tendo em conta que ao afastarem-se dos seus ouvintes e da sua comunidade, elas entram num processo de extinção (Nosty, 1997 apud Bonixé, 2006, p. 162). Esta ideia corrobora o facto de as emissoras locais terem transformado os seus propósitos orientadores (Maia, 1995, p. 228).

As mudanças no setor mediático vieram chamar a atenção para problemas estruturais dos projetos (Camponez, 2017, p. 13). Contudo, também se deve pensar que as novas tecnologias, o novo desafio, têm o condão de moldar o campo dos media, salientando-se que foram introduzidas “alterações no modus operandi do jornalismo, assim como na forma de o pensar e conceber” (Camponez, 2017, p. 19), mudanças que trazem novos dilemas, sendo necessário pensar em novas formas de atuar tendo em conta os princípios jornalísticos e mediáticos (Camponez, 2017, p. 19). Como verificámos anteriormente, a Internet e as novas tecnologias têm modificado a dimensão laboral, mas também a produção de conteúdo, que por sua vez contribuíram para as transformações que se registaram nos ouvintes. Esta situação tem contornos mais nítidos com a explicitação de que os utilizadores acabam por ter um leque com mais escolha e conseguem procurar entretenimento e informação de uma forma mais ativa, sendo que os meios de comunicação tentam angariar esses mesmos utilizadores para não perder o seu público e receita (Silva, 2010, p. 47).

É necessário perceber como a adesão à rede e às novas tecnologias molda as equipas e as redações, até porque os jornalistas, com a entrada em cena dos conteúdos multimédia, viram-se obrigados a dominar conceitos e instrumentos que não estavam integrados na sua formação inicial (Fidalgo, 2008, p. 113). É necessário pensar que nesta fase de transição e em que é necessário utilizar a multimédia, as redações passaram a necessitar de pessoas qualificadas o que obriga também a mudanças ao nível do ensino, desde logo porque o meio radiofónico é onde se regista “a mais baixa percentagem de licenciados” (Rebelo, 2011, p. 114). É assim necessário apostar no

ensino e na formação, nomeadamente tendo em conta a emergência do chamado “profissional multimediático” (Silva, 2010, p. 34). É preciso pensar em termos de equipamento e “ensino da criatividade de conteúdos e tratamento informativo” (Silva, 2010, p. 34). Tudo isto diz respeito ao facto de numa fase dominada pela multimédia, o jornalista deixa de estar preso a uma só função para passar a englobar várias, e diferentes entre si (Toro, 1993, p. 195).

Muitas vezes, a dificuldade de adaptação às potencialidades da Internet diz respeito a problemas da gestão, como, por exemplo, uma equipa pequena e poucos recursos financeiros (Freixo, 2012, p. 17). Este mesmo facto é comprovado pelo Obercom, destacando que “é a rentabilidade económica que, tendencialmente, determina as opções tomadas e não a disponibilidade tecnológica” (Obercom, 2006, p. 38), algo que preocupa as emissoras mais pequenas, tendo em conta a sua estrutura precária, deficitária de pessoal, de equipamento e de receitas (Neuberger, 2012, p. 145).

Apesar de a Internet conseguir potencializar as características da rádio, a mesma também traz consequências negativas para este meio, nomeadamente as locais, tendo em conta que os jornalistas são obrigados a realizar diversas tarefas ao mesmo tempo, o que retira a oportunidade de se realizar um trabalho com mais profundidade, sendo nesse caso de destacar que existe um “número de profissionais insuficiente para todos os serviços que têm de executar” (Bonixe, 2019, p. 105). Como já foi referido, as potencialidades, pela falta de tempo, são subaproveitadas deixando de lado diversas oportunidades (Bonixe, 2019, p. 105).

Encerramos assim o primeiro capítulo do relatório, destacando alguns dos desafios que as rádios enfrentam, mas sobretudo alertando para aqueles que são ainda os problemas de muitas rádios locais. Este último ponto serve também como elo de ligação com o segundo capítulo do relatório, onde destacamos as oportunidades e os desafios introduzidos concretamente pela Internet.



## **Capítulo 2. As rádios locais, a Internet e os *podcasts***

Neste segundo capítulo começamos por abordar, de um modo geral, as mudanças provocadas pelas Internet no meio radiofónico, para de seguida falarmos de algumas das tendências que marcam a atividade da rádio no ambiente online, destacando em particular as web rádios.

O capítulo prossegue depois com uma análise do papel que o *podcasting* pode ter nas estratégias de digitalização das rádios locais, considerando que muitos o consideram como um novo formato de distribuição que pode ser usado pela rádio, como forma de chegar a mais públicos, enquanto outros defendem que deve ser pensado como um novo *medium* com características distintas das rádios e dos seus programas.

### **2.1. A Internet e as mudanças no meio radiofónico**

Para muitos especialistas a rádio foi o meio de comunicação que melhor se conseguiu adaptar às transformações sociais, económicas, políticas e tecnológicas. A estas vertentes juntam-se “pressões, crises, modas e inovações tecnológicas, onde podemos incluir criações tão diferentes como a televisão, o vídeo, o CD e até mais recentemente a Internet” (Pacheco, 2010, p. 4).

Neste contexto de mudanças e transformações destaca-se em particular o processo de convergência mediática, que levou ao aparecimento de novos formatos (Sousa, 2017, p.10), mas também as mudanças ao nível das audiências. Com a Internet o ouvinte consegue ter acesso a um maior leque de escolhas, deixando de ser passivo na forma como tem acesso aos *media* (Bonixe, 2010b, p. 333), tendo em conta que o mesmo “escolhe o que quer ouvir e a que horas quer ouvir” (Silva, 2015, p. 62).

Com as tecnologias, os cidadãos passaram a estar aptos a interagir com os próprios conteúdos ao escolherem o que mais lhe interessa num determinado momento (Curran & Seaton, 1997, p.286). Um dos factos para isso é a constatação de que a popularidade do uso de motores de pesquisa significa que os seus utilizadores se tornaram ativos na procura de informação e de conhecimento, sinal de adesão ao *online* por parte da audiência (Sá, 2008, p. 192). Assim, a procura de informação está mais facilitada, sendo possível aceder a esta sem esperar, ao mesmo tempo que se verifica uma

crescente possibilidade de personalização dos conteúdos e, por conseguinte, do consumo (Sá, 2008, p. 193).

Como aconteceu com todos os meios, a rádio teve que conviver com a Internet e moldar-se à mesma (Pacheco, 2010, p. 6). As mudanças, com o *online*, para Cordeiro, são mais importantes e desafiadoras do que o uso dos transístores e do FM (Cordeiro, 2004, p. 14). Estes novos desafios provocam uma mudança no conceito do espectro radiofónico, tendo em conta que passa a utilizar estratégias que não fazem parte do seu propósito inicial (Cordeiro, 2004, p. 15).

Para Antón esta interação e uso significa uma revolução para a rádio, na medida em que se assiste à transformação de algumas das características intrínsecas do meio radiofónico (Antón, 1998, p.5), o que acabaria por representar uma terceira vida para a rádio (Pacheco, 2010, p. 6). Com estas transformações a rádio passou “a utilizar novas expressões, dinâmicas e ferramentas” (Pacheco, 2010, p. 8), como por exemplo, os recursos do hipertexto, do blogue, do *podcast* e das redes sociais (Pacheco, 2010, p. 9), ideias que demonstram que a Internet tem provocado mudanças na rádio, ajudando a encontrar novos caminhos e recursos (Pereira, 2011, p. 19).

De acordo com alguns especialistas, a Internet e os seus recursos são considerados como sendo um dos maiores desafios para a rádio, depois da televisão e da imprensa (Silva, 2015, p.61). No ambiente online digital a rádio tem de se adaptar porque passam a existir cada vez mais canais, plataformas e formas de aceder ao entretenimento (Cordeiro, 2010:242 apud Portela, 2014, p. 3).

As mudanças verificam-se também na área musical, uma vez que as emissoras deixaram de ser os estandartes das novidades musicais e das procuras. Também se pode falar das transformações na informação, provocadas sobretudo pelas redes sociais digitais que se destacam na difusão dos conteúdos noticiosos (Jorge & Batista, 2020, p. 3).

Todas estas mudanças, introduzidas pela Internet, provocaram transformações, não apenas ao nível dos recursos e das tecnologias, mas também na própria linguagem radiofónica, nas grelhas de programação e na própria interação com os ouvintes (Neuberger, 2012, p. 139).

Assim, a Internet, para Jorge e Batista, pode ser comparada às transformações trazidas pela criação da imprensa por parte de Gutenberg (Jorge & Batista, 2020, p. 6). Estas mesmas mutações significam que a rádio precisa de encontrar novos modelos para se

reconfigurar tendo em conta as realidades tecnológicas (Kischinhevsky 2016, pp. 124-125 apud Jorge & Batista, 2020, p. 6). Esta ideia pode estar enquadrada no pressuposto que afirma que as transformações radiofónicas, como explica Bonixe, têm que ser enquadradas nas áreas comunicacionais, económicas, técnicas e sociais, salientando-se que tudo se conjuga com a Internet, até porque será necessário pensar numa renovação da mesma tendo em conta as potencialidades encontradas (Bonixe, 2019, p. 81).

Neste contexto, é também preciso considerar que “a presença da rádio na Internet permite potenciar algumas das suas características inatas” (Bonixe, 2019, p. 82). Este cenário irá contribuir para a criação de novos formatos de rádio e, por conseguinte, de uma nova radiofonia, até porque, a rádio, de forma a acompanhar as tendências, deve relacionar-se cada vez mais com a Internet (Bonixe, 2017b, p. 62).

As novas problemáticas obrigaram a diferentes emissoras a repensar o papel e as características da sua produção, da sua programação e das “formas de recepção das suas emissões” (Obercom, 2006, p. 3). Contudo, destaca-se que as novas tecnologias e, por conseguinte, a Internet tem um papel crucial neste cenário, provocando a adoção de novas formas de comunicar no espectro radiofónico, tendo em conta os recursos e os desafios oferecidos e apresentados (Obercom, 2006, p. 3).

Para Martínez-Costa o digital pode potenciar a inovação na rádio, através da construção de novas estratégias que fomentem o aparecimento de nichos nas audiências (Martínez-Costa, 2004, p. 10), mas também uma nova programação e forma de aceder aos conteúdos (Bianco, 2006, p. 2).

Assim, pensando que a Internet abre espaço para que se já criada uma “nova rádio”, as linhas que definiriam esse meio poderiam incluir conteúdos multimédia, mas também a convergência, novas formas de interação, entre outros pontos (Cordeiro, 2004, p. 2). Apesar de o som ser a principal linha condutora da rádio, novos recursos, estratégias e narrativas têm sido acrescentados ao meio a partir do digital e da multimédia, o que tem permitido a utilização de “elementos expressivos que não são próprios do código genético do meio rádio, como o vídeo” (Bonixe, 2011, p. 32). A própria interação, algo essencial para a rádio, passou a ser manuseada a partir de novos rumos, nomeadamente promovendo a relação entre a estação e o seu ouvinte (Cordeiro, 2004, p. 2).

O aproveitamento das potencialidades da Internet não obriga a rádio a abdicar das “suas características iniciais” (Bonixe, 2011, p. 30), ou seja, não implica que deixe de

lado a sua ligação ao som. Assim, ao contrário do que muitos pensaram, a Internet não extinguiu a rádio, sendo que este meio de comunicação aprendeu a conviver com o online e passou a reconfigurar-se de acordo com as tendências tecnológicas (Portela, 2014, p. 2). A própria Internet ajuda a rádio a promover a interação com os ouvintes, “percebendo as suas dinâmicas de continuidade, substituição e de complementaridade com as emissões hertzianas” (Portela, 2014, p. 10). Ao mesmo tempo que isto acontece ela “existe nas plataformas digitais, é multimédia e disponibiliza conteúdos de modo fragmentado” (Bonixe, 2011, p. 31), passando a estar presente, por exemplo, nas redes sociais (Bonixe, 2011, p. 31).

As diversas mutações na radiofonia por virtude da tecnologia e, por conseguinte, da Internet, fizeram com que se pensasse que a rádio terá que ser olhada de outra forma, sendo necessário proceder a uma nova concetualização da mesma (Martins, 2009, p. 68). Isto acontece porque a rádio, na rede, acaba por ser preenchida com outros recursos, que agora são imprescindíveis para a radiofonia e para os ouvintes (Martins 2009, p. 72).

Para Ferraretto e Kischinhevsk a definição da rádio, antes da consolidação da Internet, teria uma resposta simples e concreta. Contudo, com as potencialidades da tecnologia isso mudou, tendo em conta que a convergência passou a fazer parte do espectro radiofónico (Ferraretto & Kischinhevsk, 2010, p. 174). Com isto, visualiza-se que muitos autores se interrogam se a junção do online com a rádio não criará um novo meio de comunicação, salientando-se “o nascimento de um novo meio que adota as características dos três meios já existentes, ou se esta é apenas uma adaptação às mudanças dos tempos” (Silva, 2015, p. 71). Aqui também se pode pensar que a rádio se está a transformar em algo novo e inédito (Pew Project for Excellence in Journalism, 2009, apud Silva, 2015, p. 71). Para Silva, poderemos estar a assistir ao nascimento de um novo meio, tendo em conta que a rádio terá perdido algumas das suas características (Silva, 2015, p. 71).

Apesar de alguns autores considerarem que o meio perdeu determinadas características, a verdade é que a rádio procurou sobretudo adaptar-se e, nesse processo, encontrou sempre as melhores formas de aproveitar o novo contexto em que se viu inserida. É aliás nesse sentido que no relatório do Obercom, sobre as rádios portuguesas e o desafio do online, se realçava, já em 2006, que “a rádio é hoje o media que em Portugal melhor explorou as potencialidades da Internet” (Obercom, 2006, p. 1). Nesse relatório encontramos também uma análise interessante que considera que a rádio apresenta um conjunto de características que a aproximam da Internet, como por

exemplo o facto de ser um meio em que a instantaneidade é fundamental, ou seja, tal como a Internet, é o meio que pode fazer chegar as mensagens mais rapidamente aos seus recetores. Nesta lógica comparativa, é também apontado o facto de o uso e a produção terem “baixos custos de distribuição”, para além de permitir “mobilidade na sua emissão e recepção” (Obercom, 2006, p. 3).

Se o Obercom referia que a rádio era o meio que melhor explorava o potencial da Internet, já o *Pew Project for Excellence in Journalism* destaca o facto de a rádio “ter permanecido como um dos meios de comunicação mais estáveis” (2011, p. 15), estabilidade que pode ser entendida precisamente pela capacidade com que adapta às mudanças. Já Pedro Portela destaca que o facto de a relação da rádio com o online resultar de um processo simples e sem grandes custos, em que se destacam três fases: “a digitalização da fonte sonora”, “a compressão do sinal digital recorrendo a software específico” e, no final, “a disponibilização desse ficheiro” (Portela, 2011, p. 51).

Neste ponto dedicado a destacar a importância da Internet e a capacidade de adaptação do meio radiofónico, importa não esquecer o conceito de mediamorfose, introduzido pela primeira vez por Fidler, e que remete precisamente para essa capacidade que os media têm de para sobreviver e em função das necessidades de transformar, incorporando novas possibilidades (Kischinhevsky, 2012, p.424). No fundo, assiste-se a “uma reconfiguração dos usos, das linguagens e os necessários ajustes sobre o público-alvo” (Fidler, 1997 apud Martins, 2009, p. 76). A relevância deste conceito surge também ligada a ideia de que é preciso deixar de pensar que novos meios de comunicação vão automaticamente extinguir os anteriores, quando na verdade “aparecem gradualmente pela metamorfose dos meios antigos”. Quer isto dizer que “quando emergem novas formas de meios de comunicação, as antigas geralmente não deixam de existir, mas continuam evoluindo e se adaptando” (Fidler, 1998, p. 57 apud Ferraretto & Kischinhevsk, 2010, p. 175).

A rádio é talvez um dos exemplos mais perfeitos desta capacidade de adaptação e mesmo de metamorfose, particularmente se considerarmos a relação que estabeleceu com a Internet, uma vez que a radiofonia rapidamente se adaptou e começou a incorporar no seu meio características e recursos do online (Ferraretto & Kischinhevsk, 2010, p. 175). É neste sentido que Nair Prata Martins acabou por aplicar a ideia de Fidler à rádio, dando origem ao conceito de radiomorfose, que na realidade remete precisamente para essa capacidade de se metamorfosear particular do meio radiofónico (Martins, 2008, p. 76).

Para além dos vários aspetos já referidos, e que resultam desse processo de adaptação da rádio, poderíamos referir muitos outros, como por exemplo a interatividade, com as possibilidades de participação que ganham novas hipóteses com o online e num ambiente onde a separação entre produtores e consumidores se esbateu. Esta maior possibilidade de interação que está também ligada ao facto de os públicos já não estarem presos a horários e grelhas limitadas (Bonixe, 2017b, p. 63).

Neste contexto, Pedro Portela destaca que alguns dos instrumentos criados na era da Internet, como os *websites*, os *podcasts*, os arquivos sonoros, os blogs, os *feeds* RSS, as redes sociais digitais, entre muitos outros, estimularam, de forma significativa, a maior intervenção dos ouvintes. É por isso que o autor considera que “estas tecnologias de interação ajudam a criar condições para expandir a proximidade e a intimidade com os ouvintes, desde sempre uma característica muito marcada da rádio” (Portela, 2014, p. 183).

Encerramos este primeiro ponto do segundo capítulo destacando que apesar da ameaça inicial, que apontava, uma vez mais, para a extinção da rádio, devido ao aparecimento de um novo meio, aquilo a que assistimos foi que a rádio depressa percebeu que poderia “beneficiar do conjunto de potencialidades” (Bonixe, 2017b, p. 62) disponibilizado pelo online. Por outro lado, importa realçar que apesar dos avanços tecnológicos, as rádios nacionais não trabalham ainda de forma totalmente satisfatória o online, uma vez que subaproveitam diversas potencialidades (Reis, 2015, p. 47). Os conteúdos nos websites, por exemplo, não utilizam todos os recursos que têm ao seu dispor, como o som, o texto, a fotografia e o vídeo (Reis, 2015, p. 45). Como já tivemos oportunidade de ver, a ausência de recursos pode ajudar a explicar esta situação, no entanto não podemos também ignorar que a presença online carece de um maior investimento (Bonixe, 2010a, p. 6), ou seja, quando existem recursos estes não são canalizados de forma estratégica para o digital. Em suma, podemos dizer que a Internet contribuiu de forma decisiva para muitas das mudanças que se verificaram no meio radiofónico, mas que as rádios podem explorar mais das possibilidades que têm hoje ao seu dispor, como constatamos anteriormente com alguns autores.

## **2.2. A rádio na *web* e as *webrádios***

Para introduzir o tema da rádio na *web* e das *webrádios* é preciso destacar que a inclusão da rádio na *web*, ou seja, a partilha do espectro radiofónico no mundo virtual, originou desde o início um grande fascínio (Pacheco, 2010, p. 5). Nesse sentido, destaca-se que a rádio na *web* veio para ficar tendo em conta que todos os projetos

radiofónicos têm garantido a sua presença neste espaço, sobretudo a partir das emissões online, mas também de outros conteúdos que remetem para os websites e para os sites de redes sociais (Gago, 2004).

Herreros realça que a presença da rádio na web resultou de um processo gradual, destacando-se em particular três fases marcantes para essa presença. Em primeiro lugar deu-se a chamada replicação da emissão hertziana em que se criavam simplesmente os websites e se reproduzia a emissão. Mais tarde, já na segunda fase, assistiu-se à utilização de recursos derivados do digital, como os *links*. Num terceiro momento observou-se a criação de conteúdos unicamente destinados às ferramentas da web (Herreros, 2008 apud Pacheco, 2010, p. 6). Este facto demonstra que as rádios têm vindo a mudar a sua ligação com a Internet, nomeadamente deixando de a ver como um simples complemento do seu trabalho hertziano, passando a encararem como uma oportunidade para difundirem novos conteúdos (Alves, 2006; Herreros, 2008; Kuhn, 2001 apud Pacheco, 2010, p. 7). Com a adesão ao online constata-se que “muitas empresas que operam na rádio, optam por migrar a mesma para o mundo online, ou por lá marcar presença” (Silva, 2014, p. 61). Para Paula Cordeiro, essa transposição transforma a difusão, os conteúdos produzidos e a sua própria narrativa, tendo em conta que passa a poder utilizar as potencialidades da multimédia, da interação e da “criação de novos conteúdos para a mensagem radiofónica” (Cordeiro, 2004, p. 2). Assim, também se deve salientar que as rádios na web procuram promover e potencializar as características da multimedialidade, da interatividade e da hipertextualidade (Bonixé, 2010a, p. 5).

Mas neste ponto em concreto não procuramos destacar as potencialidades da Internet, uma vez que já o fizemos anteriormente. Importa sobretudo perceber a que nos referimos quando falamos da rádio na web, mas também o que caracteriza as *webrádios*. Neste contexto, apresentamos de seguida um conjunto de definições, de diferentes autores, que nos podem ajudar a perceber melhor a relação que se estabelece entre a Internet e a rádio.

Para Paula Cordeiro, a rádio que tem uma atuação na *web* classificada como sendo testemunhal, limita-se a dar a conhecer a estação, nomeadamente as informações básicas da mesma, sem utilizar a “transmissão em directo das emissões” (Cordeiro, 2004, p. 2). Já a utilização de índole multimediática potencializa mais as oportunidades digitais, uma vez que procura explorar a web “paralelamente à emissão regular, assumindo a sua presença na rede como mais um canal de difusão que transforma a rádio num modelo de comunicação multimédia” (Cordeiro, 2004, p. 2). Por último, o

modelo telemático é considerado aquele em que é feito um uso preferencial do online, sendo neste que se podem enquadrar as *webrádios* (Cordeiro, 2004, p. 2).

A jornalista Lígia Trigo-de-Souza, por sua vez, considera que podemos ter emissoras *offline*, emissoras *online* e a *netrádio* (Trigo-de-Souza, 2002 apud Neuberger, 2012, p. 124). Para a profissional, as emissoras *offline* dizem respeito às estações que utilizam a “Internet como um meio de comunicação externo às suas atividades normais”, sendo que o objetivo desse uso é apenas o de marcar presença no espectro digital. O problema nesta categoria passa, em muitos casos, pelo subaproveitamento das potencialidades que o *online* oferece, como a interatividade e a multimédia, sinal de que o produto do *website* é pobre (Trigo-de-Souza, 2002, p. 97). Já as emissoras online são, para a autora, aquelas que fazem uso da Internet enquanto suporte para o espectro radiofónico, ou seja, são utilizadas para “buscar novos públicos que serão agregados do mundo não-virtual, principalmente aqueles que estavam inacessíveis por questões geográficas” (Trigo-de-Souza 2002, p. 98). Este modelo é também marcado pelo uso dos conteúdos multimédia e da interatividade, o que demonstra um melhor aproveitamento das potencialidades do *online*, apesar de continuarem a não ser criados produtos unicamente para o digital. Por último, a autora refere que *netrádio* diz respeito às rádios de índole virtual. Não tendo como suporte as ondas hertzianas, esta tipologia funciona unicamente na Internet, contudo, para Souza, “não há significativas inovações quanto a formatos ou linguagem” (Trigo-de-Souza, 2002, p. 98). No entanto, há diferenças que devem ser destacadas, desde logo a possibilidade de acesso aos conteúdos em qualquer lugar e a qualquer hora, o que implica uma mudança na acessibilidade e na mobilidade, mas também na variedade de conteúdos que são disponibilizados.

Já Johan Haandel e Fabiana Haandel consideram que os produtos digitais radiofónicos podem ser agrupados em torno dos conceitos de *webrádio*, de *playlist*, de áudio *on demand* e de portal de áudio. Para os autores a *webrádio* é um produto radiofónico que trabalha e possui o seu suporte na Internet, sendo que para se aceder a esse produto é preciso ir até ao website ou plataforma que o disponibiliza ou então recorrer a ferramentas de *streaming* (Haandel & Haandel, s.d., p. 3). A *playlist*, por sua vez, diz respeito a “listas de músicas que podem ser montadas na Internet e que são consumidas em *streaming*” (Haandel & Haandel, s.d., p. 5). O acesso é feito através de *links*, tendo a vantagem de ser um consumo mais personalizado, uma vez que as *playlists* são criadas, nomeadamente, a partir das preferências dos utilizadores. No entanto, esta personalização pode resultar também de “bancos de dados criados por terceiros” (Haandel & Haandel, s.d., p. 6). Já quanto ao áudio *on demand*, diz respeito

à possibilidade que os utilizadores têm de aceder a determinados conteúdos, disponibilizados em diferentes plataformas, que descarregam para ouvir mais tarde, ou seja, são os utilizadores que vão procurar os conteúdos que lhes interessam e decidem em que momento os consomem. Estimula-se, desta forma, o consumo de forma assíncrona, quebrando-se a lógica de continuidade que caracterizava a própria produção (Haandel & Haandel, s.d., p. 6). Por último os autores destacam a ideia de portal de rádio. O portal de rádio, tal como o nome indica tem a função de aglomerar projetos radiofónicos num só local, sendo um espaço onde os mesmos são apresentados, numa lógica promocional, mas também de repositório, sendo que o objetivo principal é o de facilitar a pesquisa mediática (Haandel & Haandel, s.d., p. 7).

Quando iniciámos este ponto optámos por destacar, tal como Neuburger, sobretudo as rádios na *web* e as *webrádios*. A rádio na *web* corresponde às rádios tradicionais que utilizam a Internet como um complemento, adotando a emissão em direto e o *podcast*, em conjunto com “elementos hipermediáticos” (Neuburger, 2012, p. 125). Já as *webrádios*, consideradas como sendo uma novidade, existem só no online, não tendo suporte nas ondas hertzianas. Estes projetos podem só ter como recurso o *streaming* ou podem utilizar outros recursos, como a multimédia ou o texto (Neuburger, 2012, p. 125).

De acordo com Olmo (2005) existem diferentes formas de trabalhar o *online*, o que proporciona divisões das rádios presentes na *web*. Assim, para além das rádios que marcam presença no espaço virtual e que só existem neste espaço, conhecidas por *webcasters*, existem também as emissões que se concentram no espaço hertziano e que só utilizam o online para se promover, uma vez que só usam “a rede para emitir conteúdos sonoros” (Olmo, 2005, p. 8). O autor realça ainda que por um lado existe a rádio desde a rede (projetos nascidos na *web*) e, por outro, a rádio na rede (a rádio tradicional que utiliza em conjunto a *web*) (Olmo, 2005, p. 8).

Depois de termos destacado alguns dos termos utilizados pelos diferentes autores para se referirem à forma como a rádio se relaciona com a Internet, encerramos este ponto realçando que na atualidade pensar na rádio na *web* ou nas *webrádios* implica também que se considere que essa rádio, ligada à Internet, está hoje também disponível no bolso do ouvinte, através do *smartphone*, mas também de outros dispositivos móveis. Os dados não deixam dúvidas quanto à importância destes novos dispositivos. “No espaço de 5 anos, entre 2015 e 2020, o *smartphone* duplicou o seu peso em termos de utilização geral, dos 34% para os 70%” (Obercom, 2020, p. 65). Esta preferência pelo *smartphone* faz com que se mude a produção mediática e a sua própria distribuição,

mudando também o próprio consumo e, por conseguinte, a experiência da audiência (Obercom, 2020, p. 65).

Destacamos o consumo feito a partir dos *smartphones*, porque também eles podem ser muito importantes para a rádio. De acordo com os dados do Bareme Rádio, a escuta da emissão radiofónica a partir da Internet tem ganho cada vez mais adeptos, uma vez que no primeiro semestre de 2018 o consumo de rádio pela Internet chegou aos 16,9%, e em 2020 esse valor foi superado, tendo atingido, no mesmo período, os 29,7%. Estes números estão ligados à possibilidade ouvir rádio através da Internet, mas surgem também na linha de outras tendências, como aquele que destaca a produção de distribuição de novos conteúdos através do *podcasting*, de que falaremos nos pontos que se seguem.

### **2.3. Os podcasts como uma oportunidade para reinventar a rádio?**

Depois de no ponto anterior termos destacado que existem diferentes formas da rádio se relacionar e marcar presença no ambiente online, centramo-nos agora numa das tendências que tem marcado o ecossistema sonoro dos últimos anos e que surge, em grande medida, a partir dessa relação. Falamos particularmente do *podcasting*, que muitos consideram apenas como um novo formato de distribuição de conteúdos sonoros e em especial radiofónicos, enquanto outros o definem como um novo *medium* criativo, distinto da rádio e com as suas especificidades, quer em termos de produção, quer ao nível da distribuição e consumo (Spinelli & Dann, 2019).

O termo *podcasting* surge a partir da junção da palavra *iPod*, utilizada para designar o famoso aparelho da Apple, e que remete para *personal on demand*, e o termo *broadcasting*, ou seja, radiodifusão. Embora em 2004, ano em que o conceito é utilizado pela primeira vez, a partilha de ficheiros de áudio pela Internet já fosse uma realidade, sobretudo devido ao sucesso do Mp3, o *podcasting* veio facilitar o processo, desde logo porque tinha na sua base o RSS, ou seja, uma forma automatizada de acesso aos ficheiros (Luiz, 2014 apud Sousa, 2017, p. 30). Assim, em 2004, “Dave Winer cria a técnica para ser possível disponibilizar on-line uma série de entrevistas produzidas pelo jornalista Christopher Lyndon” (Sousa, 2017, p. 30). Contudo, seria mais tarde, com Adam Curry e Kevin Marks, que se assistiria à expansão dos *podcasts*, devido ao sucesso do *iTunes* (Luiz, 2010, p. 3 apud Sousa, 2017, pp. 30-31). A produção dos *podcasts* surge nesta época como uma tentativa de instituir uma personalização das programações radiofónicas, uma vez que era dada aos utilizadores a oportunidade de

“criar o seu programa de rádio” (Silva, 2010, p. 57). Aos poucos o *podcasting* foi ganhando importância, mas seria já na era dos *smartphones* que se assistiria a uma explosão em termos de consumo (Sousa, 2017, p. 57).

A análise do conceito remete desde logo para um tipo de consumo personalizado e em função do pedido que é feito por parte dos consumidores, mas remete igualmente para uma ligação com o meio radiofónico. Não é por isso de estranhar que grande parte dos estudos sobre *podcasting* surjam enquadrados nos estudos sobre a rádio.

Apesar desta abordagem acabar por condicionar o entendimento do que na verdade podem ser os *podcasts*, para além da relação natural que estabelecem com o meio radiofónico, a verdade é que não se pode ignorar a ligação que existe entre as duas áreas. É por isso que alguns autores consideram que “o *podcast* deu alguma vida e valor ao produto da rádio” (Alves, 2014, p. 168), que começava a ficar esquecido. Mas o *podcasting* pode significar para a rádio sobretudo uma nova forma de inovação, uma forma de experimentar novas vertentes e projetos (Coimbra, 2014, p. 225). Neste contexto, importa lembrar que a entrada em cena dos *podcasts* contribuiu também para mudanças em algumas das bases estabelecidas do meio radiofónico, como por exemplo, ao nível da programação (Pérez, 2009, p. 432), uma vez que uma das dimensões que caracteriza o uso do podcast é a flexibilidade no tratamento dos recursos sonoros (Ferraretto, 2007, p. 6).

As rádios têm olhado para os *podcasts* sobretudo como uma forma de fomentar a disponibilização de conteúdos, ao mesmo tempo que permitem promover a própria mobilidade do consumo. Estas mudanças fazem com que a “enunciação nunca se processa de um modo síncrono com a receção, ou seja, o aqui e agora do emissor não corresponde ao aqui e agora do recetor” (Portela, 2011, p. 54). Os próprios conteúdos ganham, em função desta transformação ao nível do tempo da produção e do consumo, novas características, nomeadamente em termos de duração (Parlatore et al., 2020, p. 10).

No entanto, importa não esquecer que os *podcasts* surgem num momento em que as fronteiras entre produtores e consumidores se esbateram, o que significa dizer que também neste campo, pelo facto de serem necessários poucos recursos, qualquer pessoa pode facilmente produzir um podcast, distribuindo-o facilmente através das redes sociais digitais. Neste contexto, o *podcasting* é um meio mais democrático, no sentido que permite que as pessoas possam ter acesso a atividades que apenas estavam disponíveis para os que já faziam parte do mundo da comunicação. Assim, o podcast

pode por um lado ser utilizado como um formato que ajude a rádio a expandir-se e a chegar a novos públicos, mas ao mesmo tempo rouba algum do protagonismo que o meio radiofónico sempre teve, precisamente por ser mais democrático (Parlatore et al, 2020, p. 10).

Pensando em particular nas possibilidades que o *podcasting* traz para o universo da rádio, devemos considerar sobretudo que este pode representar uma nova forma de aceder e escutar rádio, desde logo porque grande parte dos conteúdos que encontramos como *podcasts* são na realidade programas radiofónicos que passaram a ser distribuídos dessa forma. Neste sentido, importa também lembrar que aquilo a que assistimos é sobretudo a uma replicação de conteúdos por parte das estações, não se verificando propriamente a criação de novas experiências, de novos recursos e de novas narrativas, ou seja, não se explorando verdadeiramente o potencial do *podcasting*.

Na realidade, as primeiras experiências em *podcast*, tal como aconteceu com as *webrádios*, não tinham ligação com as rádios, sendo criadas de forma independente, sem qualquer ligação aos meios de comunicação tradicionais. Mais tarde, percebendo o sucesso do novo formato, as emissoras começaram a trabalhar este registo, o que lhes permitiu que conteúdos já transmitidos na emissão hertziana fossem escutados por outros públicos (Kischinhevsky, 2009, p. 231). Já num segundo momento verificamos que os *media* tradicionais começaram a apostar mais no *podcast*, considerando-o mesmo nos seus modelos de negócio, o que os levou também a pensar em novas narrativas e sobretudo novas estratégias para interagir com a audiência (Obercom, 2020, p. 49). Importa salientar que não foram apenas as rádios que desenvolveram estas estratégias, mas os *media* em geral, que viram nos *podcasts* uma possibilidade para tentar ligar os cidadãos aos projetos (Pew Project for Excellence in Journalism, 2011, p. 345).

Como referimos anteriormente, o entendimento em relação ao *podcasting* varia de acordo com as interpretações dos autores. Kischinhevsky, por exemplo, considera, a partir das ideias de Bolter e de Grusin (1999), que o *podcast* não deve ser considerado como sendo algo isolado, ou seja, um novo meio de comunicação, mas deve ser enquadrado como sendo um novo formato com potencial para mudar a radiofonia (Kischinhevsky, 2009, p. 231). Para outros autores, como Spinelli e Dann (2019), ele deve ser encarado como um meio criativo, distinto da rádio, na medida em que promove novos modos de produção, distribuição, mas também novas possibilidades de envolvimento. Esta diferença no entendimento do que pode ser o *podcasting* é muito importante, porque ajuda a perceber que apesar de muitos estudos apontarem que o

crescimento de *podcasts* tem aumentado, esse consumo é muitas vezes de *podcasts* que simplesmente resultaram de uma replicação dos programas radiofônicos e não propriamente de criações originais ou nativas.

Importa também lembrar que uma das marcas distintivas dos *podcasts* é a diversidade de temáticas que são abordadas. Apesar de no começo estar sobretudo ligado à música, à personalização musical (Herschmann & Kischinhevsky, 2008, p. 8), depressa se expandiu para outras áreas, não existindo hoje quase nenhuma temática que não seja possível encontrar explorada num *podcast*. Neste contexto, devemos também realçar que um dos elementos mais importantes nos *podcasts* são as histórias e, por conseguinte, as narrativas ou o famoso *storytelling*, uma vez que recorrendo essencialmente à voz, é muito importante que sejam construídas narrativas que atraiam os ouvintes (Sousa, 2017, p. 57).

Assim, e se é verdade que “o podcast chegou para romper com estruturas e esquemas clássicos de produção de conteúdos e modos de produção e de consumo” (Parlatore et al., 2020, p. 9), verificámos que existem ainda interpretações diferentes em relação aos *podcasts*, sobretudo na sua relação com a rádio. Forma de replicação de conteúdos para uns, novo media para outros, a verdade é que o potencial de inovação da rádio através do *podcasting* existe e tem vindo a ser explorado, ainda que com objetivos e ritmos diferentes, por várias rádios.

No entanto, importa lembrar, para encerramos este ponto, de que “o caminho para rentabilizar os *podcasts* não parece fácil” (Parlatore et al., 2020, p. 12), sendo este um dos principais desafios que as rádios ainda enfrentam. Apesar de alguns autores realçarem que o modelo de negócio deve passa pela construção de uma comunidade que siga e apoie esse mesmo projeto, nomeadamente a partir de contribuições financeiras, é necessário também pensar na possibilidade de incorporação de publicação, sem esquecer a importância da presença nas principais plataformas de distribuição (Parlatore et al, 2020, p. 12).

## **2.4. As rádios locais e os desafios da digitalização**

Para começar o retrato acerca das rádios locais e os desafios da digitalização começamos por referir que estas mesmas emissoras se desdobraram para acompanhar as tendências da população e do próprio espectro mediático e, um sinal para isso, passa pela constatação de que a maioria das estações de proximidade encontram-se no FM, nos sites, nas redes sociais e nas mais diversas plataformas digitais (Bonixe, 2017a, p.

47). Esta situação demonstra que as emissoras têm moldado algumas das suas características, tendo em conta a sua inserção no novo sistema mediático (Jorge & Batista, 2020, p. 12). Assim, salientamos que as “emissoras locais que ainda conservam a sua originalidade têm, segundo a autora, procurado modernizar-se sobretudo através da sua presença online” (Silva, 2008 apud Bonixe, 2010a, p. 4). Assim, “estar online é também um modo de sobrevivência considerando a concorrência no setor da rádio”, nomeadamente no que toca à satisfação das necessidades de novos públicos e criação de um produto mais competitivo (Bonixe, 2019, p. 86).

Antes de destacarmos os problemas das rádios locais e algumas potencialidades oferecidas pelo online iremos destacar como é que estas emissoras conseguiram aderir ao online. Tudo começou em 2007, mais precisamente com uma parceria entre a Associação Portuguesa de Radiodifusão, a União Europeia e o Governo de Portugal. O projeto resultante desta união ficou conhecido por ROLI e o principal objetivo passava por garantir que as rádios locais passassem a usufruir da emissão radiofónica no online. Assim, “este projeto permitiu que uma boa parte de rádios locais, sem grandes possibilidades económicas para apostar no online, pudesse emitir a sua emissão através da Internet” (Bonixe, 2017a, p. 49). O cenário aqui explicitado tornou-se crucial para as rádios regionais, tendo em conta que tinham a hipótese de alargar o seu polo de intervenção, chegando a mais comunidades, como a diáspora (Bonixe, 2017, p. 49). Cerca de 174 emissoras de proximidade começaram, nesta época, a transmitir na web (Jorge & Batista, 2020, p. 8). Importa, no entanto, esclarecer que “o projeto visava a transmissão online da emissão hertziana e não a criação de sites próprios para as rádios” (Bonixe, 2017b, p. 65). Assim, nesta altura, a presença no *online* resumia-se às emissões. Só mais tarde é que as rádios viriam a apostar na criação de sites próprios (Bonixe, 2017a, p. 49).

Apesar do cenário apresentado, a ligação à Internet por parte das emissoras não foi fácil e o processo trouxe diversos desafios. Destacando, uma vez mais, o trabalho de Bonixe, salientamos que a entrada das rádios locais no digital transporta muitos desafios para as mesmas, nomeadamente ao nível dos recursos financeiros, muitas vezes parcos. Assim, as emissoras têm que conjugar as potencialidades tecnológicas com o seu trabalho, promovendo os seus princípios e objetivos ligados às comunidades (Bonixe, 2019, p. 84).

Apesar das dificuldades, muitas rádios têm acompanhado as tendências dos outros meios de comunicação, tentando também retirar vantagens dos processos digitais e tecnológicos (Bonixe, 2019, p. 85). Este cenário também é corroborado pela ERC, que

refere que estas rádios têm tido em atenção as novas circunstâncias e evoluções no campo tecnológico, apostando de uma forma mais incisiva na própria difusão (ERC, 2009, p. 69). De acordo com os dados da Entidade Reguladora da Comunicação cerca 93% das estações locais portuguesas têm um site próprio (Obercom, 2018, p. 139).

No entanto, também nas rádios locais verificamos que as potencialidades do online são muitas vezes subaproveitadas, sobretudo a multimedialidade, a interactividade e a hipertextualidade (Bonixe, 2010a, p. 5). É nesse sentido que se considera que “ainda há um longo caminho para um melhor aproveitamento das potencialidades que a rede tem para oferecer” (Bonixe, 2019, p. 88), em muitos casos devido à falta de recursos de muitos projetos locais (Bonixe, 2019, p. 88).

O cenário nas rádios locais não é por isso muito distinto do que encontramos noutras rádios, sobretudo no que diz respeito à utilização do online. Também estas estações procuram sobretudo transmitir a sua emissão online, em direto e em *streaming*. Como realça Luís Bonixe, “em qualquer um dos sites observados, é possível escutar através da Internet a emissão hertziana” (Bonixe, 2010, p. 6).

Garantir o acesso à emissão tradicional ainda é o mais importante para as rádios locais, que procuram aos poucos explorar outros recursos e possibilidades. A tendência é mesmo a de “fazer deste recurso praticamente o único na exploração das potencialidades da Internet, [o que significa] uma presença online minimalista e que carece de um maior investimento” (Bonixe, 2010a, p. 6). É neste contexto que os autores consideram que “a Internet é encarada como uma plataforma secundária, para onde são canalizados conteúdos que em regra já passaram na rádio” (Bonixe, 2019, p. 87), cenário revelador da replicação que existe, mas também da falta de uma maior aposta neste espaço.

Assim, nos sites das rádios locais encontram-se sobretudo textos e fotografias, sendo estes os elementos multimédia que se destacam, uma vez que “são poucas as rádios locais que, com frequência, criam vídeos, infografias ou até fotogalerias” (Bonixe, 2019, p. 89). Para o autor este cenário pode ter origem na falta de profissionais classificados nas redações (Bonixe, 2019, p. 89). Por outro lado, é interessante verificar que apesar de o som ser o principal alicerce da rádio, a verdade é “que apenas 32,43% das rádios colocam áudio nas notícias que publicam no site” (Bonixe, 2019, p. 88).

Destaca-se também o facto de as rádios locais não explorarem as ferramentas online, pelo menos nos seus websites, para promoverem a interação com os ouvintes. Os

espaços de participação mantêm-se praticamente inalterados e são sobretudo privilegiados nas emissões. No entanto, este cenário tem vindo a mudar, essencialmente devido às redes sociais digitais, espaços que as rádios procuram explorar para promover conteúdos e interagir com os ouvintes. Como realça Luís Bonixe, os sites de redes sociais “têm-se revelado ferramentas muito importantes para as emissoras locais se posicionarem junto das suas comunidades” (Bonixe, 2019, p. 104).

Encerramos este ponto realçando que nas rádios locais os desafios da digitalização não são distintos dos que se verificam nos *media* nacionais, uma vez que o online é sobretudo visto como espaço para disponibilizar as emissões hertzianas e alguns conteúdos (Bonixe, 2010a, p. 8), essencialmente texto e imagens. A falta de recursos humanos e materiais, mas também a falta de conhecimentos e competências em algumas áreas estão entre as principais razões para a falta de uma aposta mais significativa por parte das rádios locais no online.

## **2.4. Os *podcasts* no contexto das novas oportunidades para as rádios locais**

Depois de termos explorado a forma como as rádios locais estão a utilizar as potencialidades do online, concentramo-nos, neste último ponto do segundo capítulo, em tentar perceber se têm apostado em particular nos *podcasts*.

Para Daniela Silva a utilização dos *podcasts* nas rádios locais é ainda muito deficitária, razão para se afirmar que este é um instrumento pouco utilizado e valorizado (Silva, 2008, p. 59). Esta mesma ideia pode ser corroborada pelos dados do relatório da ERC, relativos a 2008 e 2009, que indicavam que “apenas 13 das 124 rádios locais inquiridas” utilizavam “o podcast” (ERC, 2008, p. 255 apud Bonixea, 2010, p. 5). Portela também destacou esta reduzida aposta, mostrando que 93% das emissoras não adotavam este serviço (Portela, 2011, p. 104).

Apesar de, entretanto, terem passado vários anos e de a situação ter mudado, com um incremento da presença e aposta no digital, a verdade é que Bonixe refere que este cenário ainda se mantinha entre 2018 e 2019, tendo em conta que no estudo que realizou teve oportunidade de verificar que apenas cerca de 24,32% das rádios locais aproveitavam as potencialidades do *podcasting* (Bonixe, 2019, p. 88). É também por isso que o autor realça que “no espaço de uma década, não registamos uma diferença significativa quanto ao seu uso” (Bonixe, 2019, p. 89). Isto demonstra que a produção

deste formato nos projetos de proximidade é ainda reduzida, apesar de ter vindo a crescer. De acordo com Bonixe, só 9 rádios inquiridas e estudadas usam o *podcast*, num universo de 37 estações radiofónicas locais (Bonixe, 2019, p. 89).

Apesar do número de rádios que utiliza os *podcasts* ainda ser reduzido, não podemos ignorar os motivos, uma vez que sabemos que desenvolver projetos na área do digital “implica a utilização de recursos técnicos e humanos que muitas vezes as estações não dispõem” (Cordeiro, 2004, p. 19). A fragilidade destes meios de comunicação, muitas vezes constituídos por um ou dois profissionais (Bonixe, 2019, p. 102), deve ser realçada, porque ajuda também a explicar o que leva as estações a replicar os programas hertzianos para o online.

Ainda que conscientes das dificuldades que estes projetos enfrentam do ponto de vista da subsistência, acreditamos que a aposta nos *podcasts* poderia permitir que fossem realizadas novas experiências e com elas fosse possível alcançar outros públicos. Por outro lado, no contexto das novas oportunidades que as rádios locais têm ao seu dispor o *podcast* é uma das que menos tem custos acrescidos, sobretudo se pensarmos que o *podcasting* pode também permitir que outros protagonistas possam criar os seus conteúdos, numa lógica de programação de autor, que pode também representar uma solução para as estações em maiores dificuldades.

Encerramos este segundo capítulo destacando o potencial ainda inexplorado do *podcasting*, sobretudo por parte das rádios locais, mas deixando também uma nota para o facto de serem cada vez mais as estações que usam o *podcast* enquanto formato de distribuição, que lhes permite alcançar novos ouvintes que não escutam as emissões, mas têm interesse em programas particulares. Na segunda parte deste relatório, para além dos procedimentos metodológicos, apresentamos os resultados que recolhemos e que nos ajudam a perceber a importância que os *podcasts* têm para a Rádio Alto Minho FM.



# **Parte II**

## **Investigação Empírica**



## Capítulo 3. A metodologia e o desenho da investigação

Depois de na primeira parte do relatório nos termos dedicado ao enquadramento teórico, abordando em particular a história das rádios locais, mas também a forma como estes meios de proximidade se adaptaram ao ambiente digital, nesta segunda parte destacamos o desenho da investigação e os procedimentos metodológicos que nos guiaram durante todo o estágio, permitindo a recolha dos dados.

Nesse contexto, começamos por destacar o problema de investigação e os objetivos que procurámos atingir, para, logo de seguida, apresentarmos as técnicas de recolha de dados que seleccionámos e através das quais procurámos promover um cruzamento entre uma vertente quantitativa e qualitativa.

Apresentamos primeiro o local de estágio e as atividades realizadas durante o período em que estivemos na rádio Alto Minho FM, destacando depois a importância da observação participante na recolha de dados. Os procedimentos adotados para analisar a grelha de programação e os *podcasts* produzidos pela rádio são expostos no momento seguinte. Este terceiro capítulo encerra com a explicação do motivo que nos levou a optar pelas entrevistas para obtermos informações junto dos profissionais da Alto Minho FM.

### 3.1. O problema, os objetivos e as hipóteses de investigação

Este relatório, que surge na sequência do estágio realizado na Alto Minho FM, rádio local da cidade de Viana do Castelo, teve como principal objetivo estudar a relação desta emissora com o *podcasting*. Neste contexto, o problema de investigação que guiou o nosso trabalho foi formulado através da seguinte questão: qual a importância do *podcast* para a produção radiofónica da Alto Minho FM?

Com esta pergunta, procurámos perceber de que forma é que a rádio local objeto de estudo tem vindo a trabalhar os *podcasts*, considerando não apenas a sua produção, mas o próprio processo de decisão, uma vez que procurámos também avaliar em que medida é que este tipo de formato de distribuição faz parte da estratégia da própria rádio.

Tentámos assim entender, no âmbito de um conjunto de objetivos mais específicos, como é que a rádio Alto Minho FM produz os conteúdos que anuncia no seu site como sendo *podcasts*; avaliar se esses conteúdos podem efetivamente ser considerados enquanto *podcasts*, tendo em conta aquelas que são as características do *podcasting*; analisar que tipo de temas são abordados; e, por fim, verificar se os podcasts da Alto Minho FM são um complemento à programação ou se assumem como conteúdos distintos e nativos, ou seja, pensados e criados numa lógica distinta em relação à grelha de programação.

Depois de definirmos o problema de investigação e os objetivos que orientaram o trabalho, considerámos ainda um conjunto de hipóteses de investigação que foram particularmente importantes no âmbito da pesquisa, porque nos permitiram considerar diferentes cenários em relação ao entendimento que a rádio Alto Minho FM tem sobre o *podcasting* e à utilização que faz do mesmo.

H1. Os conteúdos que a Alto Minho Fm produz em formato *podcast* integram a grelha de programação da estação.

H2. A Alto Minho FM permite que os conteúdos considerados como *podcasts* sejam consumidos *on demand*.

H3. A rádio Alto Minho FM privilegia sobretudo os conteúdos de entretenimento nos seus *podcasts*, dando pouco espaço aos conteúdos informativos.

H4. A maioria dos podcasts desenvolvidos nas rádios locais, e em particular na Alto Minho FM, tem uma duração limitada, acabando por se extinguir passado alguns meses.

H5. A pandemia de COVID-19 afetou a produção de *podcasts* na Alto Minho FM.

Uma vez apresentado o problema, os objetivos e as hipóteses de investigação, na próxima secção centramos a nossa atenção nas técnicas e ferramentas de recolha de dados que selecionamos para a concretização dos objetivos e dessa forma dar resposta à pergunta que nos guiou durante todo o trabalho.

### **3.2. As técnicas e ferramentas de recolha de dados**

Como referimos no início do relatório, a investigação que desenvolvemos configura-se, no âmbito das metodologias qualitativas, como um estudo de caso, uma vez que se trata

de um “plano de investigação que envolve o estudo intensivo e detalhado de uma entidade bem definida: o caso” (Coutinho, 2015, p. 338). O caso, neste contexto, é a rádio Alto Minho FM, onde desenvolvemos o nosso estágio e onde procedemos à recolha de todos os dados que nos permitiram elaborar o presente relatório.

Assim, e considerando também que “o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenómeno no seu ambiente natural, quando as fronteiras entre o fenómeno e o contexto não são bem definidas ... (e)... em que múltiplas fontes de evidência são usadas” (Yin, 1994, p. 13), elegemos como “fontes de evidência” a observação participante, a análise de conteúdo e ainda as entrevistas. A aplicação das diferentes ferramentas surge na sequência do próprio estágio e é precisamente esse o primeiro ponto que abordamos, realçando a importância desse momento para a investigação.

### **3.2.1 O estágio enquanto componente da investigação e estratégia para a recolha de dados**

Neste capítulo, em que abordamos a metodologia e o desenho da investigação, decidimos começar por destacar, no quadro das técnicas e ferramentas de recolha de dados, o papel do próprio estágio enquanto elemento determinante da estratégia de investigação. Como já tivemos oportunidade de referir, o estágio que decorreu durante seis meses (21 de setembro de 2020 a 19 de março de 2021), teve lugar na rádio Alto Minho FM, estação local sediada em Viana do Castelo.

Para além de identificarmos a rádio, importa também referir que esta estação, que pertence à Sociedade de Informação Regional, Lda., partilha as instalações com outro projeto radiofónico, a Geice FM, sendo que cada uma das rádios tem um espaço destinado à gravação e transmissão, encontrando-se sobretudo na sala de redação, espaço totalmente partilhado.

Foi nestes espaços que realizámos o estágio curricular, momento crucial da investigação, uma vez que nos permitiu identificar várias dimensões sobre o processo de gestão da rádio, da sua grelha de programação, mas também do aproveitamento das potencialidades das novas tecnologias e em particular do ambiente digital.

Durante o período em que estagiámos na rádio Alto Minho FM tivemos a oportunidade de acompanhar de perto o trabalho desenvolvido pelos profissionais da estação, nomeadamente através da observação participante. Assumimos assim um papel de observadores, mas desenvolvemos também um conjunto de atividades, que

apresentamos no próximo capítulo, uma vez que consideramos que as funções desempenhadas nos permitiram conhecer o quotidiano da rádio e em particular a importância conferida ao digital.

É precisamente pela possibilidade de imersão que o estágio permite que decidimos destacá-lo, enquanto componente da investigação e momento integrante da estratégia que definimos, desde o momento em que nos foi permitido optar pelo tipo de trabalho a realizar para a conclusão do segundo ciclo de estudos em jornalismo.

### **3.2.2. A recolha de dados através da observação participante**

Para além das atividades que descrevemos no ponto anterior, o estágio permitiu-nos conhecer como é o dia-a-dia dos profissionais desta rádio local. Nesse sentido, durante o período em que estivemos na rádio Alto Minho FM, todos os momentos serviram para a observação, que neste contexto se assumiu como participante.

A escolha desta técnica de recolha de dados surge pelo facto de ela nos permitir “documentar atividades, comportamentos e características físicas sem ter de depender da vontade e capacidade de terceiras pessoas” (Coutinho, 2015, p. 136). Por outro lado, o recurso às técnicas de observação, sejam participantes ou não participantes, são consideradas como as únicas capazes de captar “os comportamentos no momento em que eles se produzem e em si mesmos, sem a mediação de um documento ou de um testemunho” (Quivy & Campenhoudt, 1998, p.196).

Foram precisamente estes os motivos que nos levaram a optar por esta técnica, mas também o facto de pretendermos perceber, em particular, a importância que os *podcasts* tinham para a rádio, objetivo principal deste relatório. Assim, a observação participante ajudou-nos a compreender como são produzidos os *podcasts* por parte da Rádio Alto Minho FM, ao mesmo tempo que tivemos oportunidade de ir trocando ideias com os profissionais da estação. Este processo de interação com os profissionais ajudou no desenvolvimento das atividades, mas sobretudo permitiu que enquanto investigador tivéssemos “um papel ativo” e uma atuação “como mais um membro do grupo que observa” (Coutinho, 2015, p. 138). Procurámos desta forma integrar o grupo e o seu dia-a-dia, fazendo com que a observação, apesar de funcionar como instrumento de investigação, possa ser vista como um processo natural.

Para encerrar este ponto, dedicado a destacar a importância da observação participante na recolha de dados, importa lembrar que o estágio acabaria por ser afetado pela pandemia, e necessariamente o processo de observação, uma vez que apesar de termos

continuado a colaborar com a rádio, fomos obrigados a realizar parte das atividades à distância.

### **3.2.3. A análise da grelha de programação e dos *podcasts* da Alto Minho FM**

Para além da observação participante, utilizámos, no decorrer da investigação, outras técnicas de recolha de dados para alcançar os objetivos a que nos propusemos. A análise da grelha de programação da Alto Minho FM, e em particular dos seus *podcasts*, foi uma dessas técnicas. O recurso a esta técnica surge pelo facto de ser aquela que, no âmbito das metodologias quantitativas, procura “simplificar para potenciar a apreensão e se possível a explicação” (Vala, 1986, p. 110). Procurámos assim explorar os diferentes programas apresentados na grelha de programação e através desta técnica, proceder a uma seleção de conteúdos, que analisámos tendo em conta aquelas que são as características dos *podcasts*. Neste sentido, começámos por proceder à seleção de uma amostra de conteúdos a partir da grelha, o que nos levou a considerar três *podcasts* em particular, os únicos que não tinham apenas uma componente musical, mas também informativa, dimensão importante no contexto da investigação.

Por outro lado, a seleção de *podcasts* a analisar também foi afetada pelo facto de termos verificado que a regularidade com que os conteúdos eram produzidos era muito variável, para além de muitos conteúdos terem mesmo sido descontinuados, nalguns casos antes da pandemia, noutras situações como reflexo da situação epidemiológica que o país enfrentou. Assim, com o objetivo de complementar a recolha realizada durante o estágio, com a observação participante, foram escolhidos os seguintes *podcasts* para análise: “Momento de Inspiração”; “+Viana”; e “A Nossa Terra”. Para além dos motivos já referidos, estes conteúdos foram também escolhidos pelo facto de serem os mais recentes no site e corresponderem verdadeiramente à tipologia de *podcasts* que considerámos neste relatório. Em termos de período de análise, os *podcasts* referidos foram examinados entre os dias 25 e o 31 de outubro de 2020, intervalo que compreende um dos momentos em que realizámos o estágio na rádio Alto Minho FM.

No próximo capítulo, dedicado à apresentação dos diferentes dados recolhidos, daremos conta da natureza de cada um dos *podcasts* analisados, destacando todas as suas características. No entanto, antes de avançarmos para o próximo ponto, importa dar a conhecer as categorias e critérios que utilizámos na análise (Anexo I).

Considerámos quatro categorias principais, que se dividem depois em diferentes critérios, mas que nos permitem: identificar os *podcasts*, através do seu nome, temática, autoria e duração; analisar as tendências de publicação, seja em termos de periodicidade, seja no que diz respeito ao período de produção e difusão dos *podcasts*; avaliar aspetos específicos relacionados com o conteúdo dos *podcasts*, como o estilo, os recursos sonoros utilizados e, um aspeto muito importante, o facto de estarmos perante *podcasts* que podem não ser nativos; indagar sobre a importância da dimensão social, centrada em particular na avaliação das possibilidades introduzidas pelas redes sociais digitais ao nível da divulgação.

### **3.2.4. As entrevistas enquanto instrumento de recolha de dados**

Depois de termos destacado a importância do estágio, da observação participante e da análise de conteúdo, encerramos este capítulo com a apresentação do motivo que nos levou a escolher as entrevistas enquanto instrumento para a recolha de dados.

Esta ferramenta é muito utilizada no contexto dos estudos de caso pelo facto de permitir a recolha de “dados descritivos na linguagem do próprio sujeito, permitindo ao investigador desenvolver intuitivamente uma ideia sobre a maneira como os sujeitos interpretam aspetos do mundo” (Bogdan & Biklen, 1994, p. 134). Este foi um dos primeiros motivos que nos levou a optar pelas entrevistas, a possibilidade de aceder a um conjunto de opiniões e perceções por parte dos profissionais da rádio Alto Minho FM através das suas próprias palavras.

Por outro lado, considerando o reduzido universo de profissionais que decidimos entrevistar, entendemos que não se justificava a aplicação de um questionário, mas fazia sentido optarmos por uma entrevista semi-estruturada, em que partindo de um guião, tentávamos colocar questões direcionadas e ao mesmo tempo aprofundar algumas das observações realizadas durante o estágio.

Começámos assim por elaborar um guião com quinze questões (ver Anexo II), divididas por grupos, tendo em conta os objetivos que procurávamos alcançar. No primeiro grupo de questões procurámos proceder à caracterização dos entrevistados, destacando em particular a experiência dos profissionais e a sua ligação à rádio Alto Minho FM.

Já no segundo grupo de questões, que intitulamos de “As rádios locais e a Internet: entre desafios e oportunidades”, procurámos recolher as perceções dos profissionais em relação ao impacto que a Internet e as novas tecnologias tiveram no funcionamento das rádios locais, tentando avaliar se o ambiente digital é visto como uma ameaça ou

uma oportunidade, e indagando ainda sobre a forma como estas novas possibilidades têm sido utilizadas pela rádio.

No terceiro e último grupo de questões, a que demos o nome de “Os *podcasts* e o futuro das rádios locais”, procuramos avaliar a relevância que as rádios locais atribuem aos *podcasts*, e mais concretamente a rádio Alto Minho FM. A possibilidade de ajudarem a conquistar novos ouvintes, a sua ligação à grelha de programação e a aposta nestes conteúdos foram algumas das questões que colocámos aos profissionais da estação de Viana do Castelo.

Como referimos anteriormente, o número reduzido de profissionais que selecionamos, foi um dos motivos que nos levou a optar pelas entrevistas. Nesse sentido, importa explicar que a escolha dos entrevistados surge no seguimento da identificação que fizemos em relação aos profissionais que estariam mais diretamente ligados à gestão do funcionamento da rádio, da direção de programas e do departamento técnico, ou seja, aqueles elementos que poderiam falar sobre decisões e estratégias em vários ramos. Optámos assim por entrevistar Miguel Costa, Administrador da Rádio Alto Minho FM, Rui Gonçalves, Diretor de Programas e Animador, e ainda Celso Carvalhosa, responsável pelo departamento técnico da estação. Todas as entrevistas foram realizadas presencialmente, durante o período em que foi realizado o estágio, sendo posteriormente feita a transcrição, fundamental para a análise que apresentamos no próximo capítulo e na qual procurámos sobretudo estabelecer comparações entre as opiniões dos profissionais.



## **Capítulo 4. Apresentação e discussão dos resultados**

Neste capítulo apresentamos os principais resultados da investigação, iniciando a exposição com a indicação de algumas das atividades realizadas durante o estágio, para logo de seguida destacarmos um conjunto de aspetos que detetamos durante o período em que estivemos na rádio Alto Minho FM e que resultam, por isso, da observação participante.

Proseguimos com a apresentação dos principais resultados que obtivemos a partir da análise realizada à grelha de programação e aos *podcasts* da estação de Viana do Castelo. A apresentação e discussão dos resultados encerra com os dados mais relevantes das entrevistas que efetuamos junto dos profissionais selecionados da estação.

Num segundo momento apresentamos os dados relativos às entrevistas efetuadas com os jornalistas e profissionais ligados à gestão da rádio, dos seus programas e da sua parte técnica. Na exposição dos resultados vamos seguir, como referimos, a mesma estrutura que adotámos no guião, apresentado as respostas em função de cada um dos grupos de questões.

### **4.1. Apresentação das atividades realizadas no âmbito do estágio**

Depois de no capítulo anterior termos destacado a importância do estágio no âmbito da investigação, apresentamos neste ponto algumas das atividades realizadas, que nos permitiram aplicar os conhecimentos adquiridos no decorrer do mestrado, desenvolver novas competências, mas também, e sobretudo, compreender melhor o funcionamento da rádio Alto Minho FM.

Durante o estágio desenvolvemos sobretudo atividades no departamento de informação da emissora radiofónica de Viana do Castelo. Nesse sentido, estivemos envolvidos na produção de notícias para o *website* da rádio. Partindo de notas de imprensa ou realizando contactos diretamente com as mais variadas fontes, foram vários os métodos e estratégias adotadas que nos permitiram realizar cerca de uma centena de notícias durante o estágio. Da política à cultura, passando pela sociedade, foram várias as temáticas trabalhadas, destacando-se, nesse contexto, alguns trabalhos, como por

exemplo aquele que realizámos sobre a criação de uma página de YouTube sobre uma doença rara, a epidermolise bolhosa, ou aquele sobre o projeto *Unearthing*, realizado no âmbito das celebrações do Dia da Mulher.

Importa realçar que apesar de as notícias não serem criadas com o objetivo de serem emitidas nos noticiários radiofónicos, a verdade é que foram várias as referências feitas, em antena, aos conteúdos criados e publicados no site da rádio. Assumimos assim uma importante função do ponto de vista informativo, uma vez que fomos garantindo que o site da estação se encontrava atualizado.

Para além da dimensão informativa, o estágio permitiu-nos ainda ter contacto uma dimensão mais técnica, na medida em que pudemos acompanhar os profissionais da rádio no uso dos diferentes equipamentos, como as mesas de gravação de som e os softwares de edição de áudio e vídeo.

Por fim, importa realçar que na rádio foi privilegiada a proatividade, ou seja, existiu sempre abertura para propor novos trabalhos, nomeadamente de reportagem, que nos permitiram aprofundar conhecimentos, ter novas experiências, mas sobretudo conhecer de perto o quotidiano de uma rádio local.

## **4.2. Aspetos identificados através da observação participante**

Como já tivemos oportunidade de referir, o estágio constituiu um importante momento de aprendizagem, mas permitiu-nos também identificar um conjunto de aspetos que considerámos relevantes no contexto desta investigação, nomeadamente no que diz respeito ao recurso ao *podcasting* por parte da rádio Alto Minho FM.

Entre as dimensões que nos chamaram à atenção, começamos por realçar o facto de os *podcasts* serem criados sempre em função da linha editorial da emissora, mas notamos também que a aposta no *podcasting* surge em linha com uma vontade dos profissionais aproveitarem as potencialidades da multimédia.

Apesar de notarmos uma aposta em termos das possibilidades oferecidas pelo ambiente digital, verificámos também que a emissão tradicional continua a ser privilegiada, sendo esse o espaço onde os conteúdos são veiculados em primeiro lugar, desde logo por questões publicitárias.

Se é verdade que a emissão tradicional ainda surge em primeiro lugar, é preciso destacar que a estratégia da Alto Minho FM também passa pela disponibilização de todos os conteúdos online, nomeadamente as notícias de texto efetuadas, bem como as fotografias capturadas. Para além do website a estação aposta nas redes sociais digitais, em particular no *Facebook* onde procura partilhar os diferentes conteúdos produzidos.

No contexto desta estratégia de aposta no digital, ganha relevância a dimensão multimédia, como já referimos, mas sobretudo a necessidade de uma maior aposta nos conteúdos audiovisuais, vertente que integrou o plano de atividades previstas para o estágio, mas que a pandemia acabou por impossibilitar.

Outra das dimensões que identificámos durante o estágio e através da observação participante prende-se com a necessidade de dominar um conjunto de softwares, nomeadamente ao nível da gestão e criação de conteúdos para as plataformas digitais.

### **4.3. Resultados da análise dos *podcasts* da Alto Minho FM**

Depois de no capítulo anterior termos explicamos o que motivou a escolha de apenas três *podcasts* para análise, vamos agora apresentá-los de forma sucinta, para depois nos concentrarmos numa análise mais detalhada dos seus conteúdos.

Um dos *podcasts* analisados intitula-se “Momento de Inspiração”, e de acordo com a descrição que encontramos no site trata-se de “uma conversa a dois (Maria do Céu e Fernando Serrão) que promete despertar muitas outras conversas!”. São várias as temáticas abordadas, mas sempre a partir da ideia do ““estar”, o “ser”, o “existir” e o “equilíbrio” do ser humano no mundo em que habita!”, pode ler-se no *website* da rádio. “+ Viana” é o nome do segundo *podcast* analisado e que procura sobretudo ajudar a conhecer as empresas do Minho. Conduzido por Fernando Serrão, o programa dá voz aos empreendedores e assume-se como um espaço de inovação para o tecido empresarial da região. O terceiro *podcast* analisado denomina-se “A Nossa Terra” e é um dos programas mais antigos da estação, que tem como objetivo dar a conhecer as características da região, nomeadamente do ponto de vista cultural e histórico, mas também as suas coletividades e instituições.

Depois de apresentarmos de forma sucinta os três *podcasts* analisados, expomos agora os principais resultados obtidos através da análise efetuada, que considerou diferentes categorias e critérios e que está disponível na íntegra nos anexos deste relatório. Um dos primeiros aspetos que destacamos está relacionado com o facto de muitos dos

projetos da Rádio Alto Minho terem como missão destacar, valorizar e promover a região onde a emissora se encontra inserida, seja ao nível da divulgação das empresas, sejam das tradições e cultura locais. Os *podcasts* “+Viana” e “A Nossa Terra”, enquadram-se precisamente nesta tipologia de *podcasts*, apostados em dar a conhecer a região.

Considerando ainda a identificação dos *podcasts*, mas observando em particular a sua autoria, verificámos que dos três programas analisados, dois são produzidos pelos profissionais da própria rádio, sendo o terceiro, “A Nossa Terra”, resultado de uma produção externa. Identificamos, neste contexto, o desenvolvimento de parcerias da estação com outras entidades, neste caso em particular, a “Diretor - Comunicação e Divulgação Regional”.

Outra dimensão que importa destacar está relacionada com a longevidade dos projetos radiofónicos da Alto Minho FM, mas também da sua aposta no ambiente digital, evidenciando não apenas uma visão estratégica de longo prazo, mas também um plano de investimento bem estruturado.

Olhando concretamente para a grelha de programação, tentámos perceber se os conteúdos que encontramos no *website* da rádio, e que são apresentados enquanto *podcasts*, resultam de produção nativa, ou seja, pensados e criados para o digital, ou surgem como replicação dos programas da emissão tradicional. A análise efetuada não deixa dúvidas quanto ao aproveitamento que existe dos conteúdos da grelha de programação para o digital, o que levanta questões em relação ao entendimento do conceito de *podcast* não como um novo *medium*, mas como uma nova forma de distribuição dos conteúdos da rádio. A Alto Minho FM segue assim a tendência de muitas rádios locais, mas também nacionais, que selecionam determinados conteúdos da emissão radiofónica para os converter em conteúdos que os ouvintes podem ouvir e descarregar a partir dos *websites*. Apesar de surgirem nas secções dedicadas aos *podcasts*, estes conteúdos não são considerados por alguns autores como verdadeiros *podcasts* (Spinelli & Dann, 2019), na medida em que se limitam a replicar conteúdos, não aproveitando as verdadeiras potencialidades do *podcasting*. Não sendo *podcasts* nativos, a lógica subjacente a esta estratégia é a de possibilitar que outros ouvintes, que tradicionalmente não ouvem rádio, possam ter acesso a estes conteúdos, o que ajudaria na conquista de novos públicos.

Já no que diz respeito aos conteúdos multimédia, verificámos, pelo menos nos programas analisados, que para além da partilha do áudio, o texto e a fotografia são os

únicos elementos utilizados. No entanto, importa destacar que alguns programas, como por exemplo o “De Tasca em Tasca” apostava também em conteúdos audiovisuais, tendo a produção desses conteúdos sido interrompida devido à pandemia.

Já referimos anteriormente que a Alto Minho FM desenvolveu uma estratégia orientada também para o digital e, nesse contexto, ganham particular relevância as redes sociais digitais. Para além das partilhas de diferentes conteúdos, no caso particular dos *podcasts* analisados, e mais especificamente do “+Viana”, devemos destacar o facto de os sites de redes sociais, e sobretudo o *Facebook*, ser utilizado não apenas para divulgar o produto final, mas também os diferentes tópicos abordados, nomeadamente através da criação e divulgação de vídeos.

Para encerrarmos este ponto importa recordar que passaram vários meses desde que realizamos o estágio, mas também esta análise, e que nesse sentido se registaram algumas mudanças nos *podcasts* da Alto Minho FM. Uma das mudanças que identificámos está relacionada com o facto de nas diferentes plataformas onde a rádio marca presença, se verificar um aumento dos conteúdos multimédia. Esta tendência foi verificada no seguimento do acompanhamento que fizemos das publicações, quer no *website* da rádio, quer nos sites de redes sociais. Por outro lado, realçamos também o facto de o número de programas disponibilizados no *website* da rádio terem aumentado, nomeadamente com a criação de dois novos programas (“Viana Ativa” e “Finanças num Minuto”) e o regresso de um programa que se encontrava suspenso e que, entretanto, regressou (“Contos na Rádio”). Salientamos ainda que o projeto “Viana Ativa” foi criado e promovido através da candidatura de Viana do Castelo a Cidade Europeia do Desporto 2023.

Depois de termos destacado os principais aspetos que resultaram da análise feita aos *podcasts* selecionados, que cruzou diferentes dimensões, com um olhar sobre a grelha de programação, mas também uma exploração da presença nas redes sociais digitais, no ponto seguinte apresentamos os principais resultados obtidos com as entrevistas realizadas aos profissionais da Alto Minho FM.

#### **4.4. Análise das entrevistas realizadas aos profissionais da Alto Minho FM**

Depois de no ponto anterior termos apresentado os principais resultados obtidos através da análise dos *podcasts*, procuramos agora destacar os aspetos mais importantes que resultaram das entrevistas efetuadas aos profissionais da rádio Alto

Minho FM. Como referimos anteriormente, a transcrição da totalidade das entrevistas encontra-se nos anexos e nas próximas páginas expomos apenas algumas das opiniões que nos parecem mais relevantes, ao mesmo tempo que tentamos fazer um cruzamento com o enquadramento teórico realizado.

Importa relembrar que entrevistamos Miguel Costa, Administrador da Rádio Alto Minho FM; Rui Gonçalves, Diretor de Programas e Animador; e ainda Celso Carvalhosa, responsável pelo Departamento Técnico da estação. Na apresentação dos resultados privilegiamos, como referimos, as palavras dos diferentes profissionais, e procuramos seguir a mesma estrutura e guião que orientou a entrevista. Neste sentido, começamos, no primeiro ponto, por proceder à caracterização dos entrevistados.

#### **4.4.1. Caracterização dos profissionais entrevistados**

Depois de já termos indicado os motivos que nos levaram a escolher apenas três entrevistados, neste ponto procuramos proceder à caracterização destes profissionais. Neste sentido, começamos por Rui Gonçalves, 40 anos, atual Diretor de Programas na Alto Minho FM, desempenhado também funções enquanto animador. Ligado à rádio há mais de 20 anos, iniciou o seu caminho Rádio Alto Minho FM, estação que deixou depois para rumar à Rádio Caminha, onde esteve doze anos, antes de regressar, em 2015, à sua primeira casa.

Já Celso Carvalhosa, atualmente responsável do Departamento técnico da Alto Minho FM, tem 49 anos, tem uma ligação com o meio radiofónico há 30 anos, tendo começado ainda no tempo das rádios piratas. Integrou os primeiros cursos de formação da TSF Rádio Notícia e desde essa época que desempenha a sua atividade enquanto profissional no meio radiofónico.

Por fim, Miguel Costa, também com 49 anos, é Sócio-gerente da Alto Minho FM, Administrador e Animador da estação. Ligado ao mundo da rádio há 30 anos, mas de forma mais profissional há 25, teve contacto com o meio radiofónico muito cedo, com apenas dezoito anos, numa experiência de verão junto de uma rádio pirata. A partir desse momento manteve sempre ligação à rádio, tendo sido mais tarde convidado para apresentar o programa da manhã da Alto Minho FM, onde se mantém até à atualidade.

Depois desta caracterização dos entrevistados, nos próximos pontos exploramos as opiniões dos profissionais em relação ao impacto que a Internet e as novas tecnologias tiveram no funcionamento das rádios locais, tentando avaliar se o ambiente digital é visto como uma ameaça ou uma oportunidade, e indagando ainda sobre a forma como

estas novas possibilidades têm sido utilizadas pela rádio. Por outro lado, avaliamos a relevância que as rádios locais atribuem aos *podcasts*, e mais concretamente a rádio Alto Minho FM, na conquista de novos ouvintes e enquanto elemento integrante de uma estratégia de exploração das potencialidades do digital.

#### **4.4.2. A Internet, os *podcasts* e as rádios locais**

Neste primeiro ponto começamos por destacar alguns dos pontos que consideramos mais importantes nas respostas obtidas, nomeadamente em relação à adaptação da rádio ao online, com a possibilidade de as emissões serem transmitidas para mais pessoas; o facto de os programas poderem ser convertidos em *podcasts* e disponibilizados nos *websites*, permitindo que os ouvintes façam *download* dos mesmos e os ouçam em qualquer lado e a qualquer hora; a importância das redes sociais digitais, mas também dos conteúdos multimédia, sem esquecer a necessidade de apostar sempre, e em primeiro lugar na emissão tradicional.

Um dos primeiros aspetos realçado pelos entrevistados prende-se com as possibilidades introduzidas pelas novas tecnologias e em particular pela Internet, que permitem que as rádios consigam transmitir as suas emissões online, podendo dessa forma alcançar novos ouvintes. Nas palavras de Rui Gonçalves, Diretor de Programas da Alto Minho FM realça que “a rádio, sem a Internet, encontrava-se confinada à sua emissão no FM, tendo, assim, uma área geográfica específica a cobrir. A Internet mudou esse cenário e fez com que a rádio chegasse mais longe e, por conseguinte, a mais pessoas”. O também animador da rádio de Viana do Castelo destaca ainda o facto de “qualquer pessoa que esteja longe da sua localidade pode ouvir a rádio da sua terra, mesmo os ouvintes que se encontram emigrados. Essa comunidade engloba o intitulado mercado da saudade e esse grupo de pessoas tirou partido da proximidade com a terra”. Miguel Costa também partilha desta ideia, destacando mesmo que sem o online não seria possível angariar “uma série de novos ouvintes que não estavam disponíveis de outra forma e isso é claramente uma vantagem”.

Estas opiniões, do Diretor de Programas e do Administrador da Alto Minho FM, vão ao encontro dos aspetos abordados na revisão teórica realizada, onde tivemos oportunidade de verificar que a Internet é vista sobretudo como uma plataforma que permite que a mensagem radiofónica possa alcançar novos territórios, nomeadamente na diáspora (Bonixe, 2017b, p. 48), uma vez que as emissoras “fazem um uso sobretudo ao nível da expansão geográfica da sua emissão tradicional” (Bonixe, 2010a, p. 8).

Outras das dimensões que consideramos importante destacar está relacionada com os resultados que obtivemos na análise dos *podcasts*, que nos permitiram verificar que os conteúdos apresentados sob a forma de *podcasts* são na verdade os mesmos programas que encontramos na grelha de programação da rádio. Verificámos, dessa forma, que a estratégia passa pela replicação dos conteúdos, o que para os profissionais da Alto Mingo FM deve ser a estratégia a seguir. Para Celso Carvalhosa, Responsável pelo Departamento Técnico da Alto Minho FM, não devem existir dúvidas quanto à relação entre a emissão tradicional e a disponibilização de conteúdos no online, uma vez “que a rádio deve ser a primazia”, considerando mesmo que se isso não acontecer está-se “a desvirtuar o processo”. Esta ideia surge também no seguimento da revisão teórica, uma vez que vários autores destacaram que “a Internet é encarada como uma plataforma secundária, para onde são canalizados conteúdos que em regra já passaram na rádio” (Bonixe, 2019, p. 87).

Neste sentido, não é de estranhar que Miguel Costa entenda os *podcasts* sobretudo como uma forma de criar memória, numa lógica de arquivo. Para o Administrador do projeto vianense, “o podcast tem uma vantagem extraordinária, porque permite fazer um arquivo daquilo que é o nosso trabalho e as pessoas podem consultar quando tiverem disponibilidade para o fazer. Portanto, existe realmente uma vantagem”. As possibilidades introduzidas pelo ambiente digital, e em particular pelos *podcasts*, foi assinalada em secções anteriores, salientando-se que a rádio, com a Internet, passa a ter a capacidade de oferecer arquivos aos seus ouvintes, nomeadamente dos seus conteúdos e informações, promovendo um consumo *on-demand*. Este conceito faz com que os conteúdos sejam acessados de acordo com o que o ouvinte pretende, o que retira “essa necessidade de o ouvinte estar ao alcance do rádio no momento em que a programação está sendo emitida” (Trigo-de-Souza, 2002, p. 94).

Como foi destacado anteriormente, nomeadamente através da observação participante, existe uma necessidade de aprofundar a utilização dos recursos digitais por parte rádios locais, sobretudo considerando algumas das tendências atuais no setor dos meios de comunicação, como a aposta em conteúdos multimédia, a partilha de conteúdos nas redes sociais digitais, entre outras estratégias, que podem permitir à audiência acompanhar de forma contínua o trabalho da rádio.

Apesar de todo o potencial, é também preciso destacar que a tecnologia não trouxe só vantagens para as emissoras, uma vez que veio também demonstrar algumas das fragilidades que estes meios de comunicação enfrentam, sobretudo a nível local e regional. Neste contexto, destacamos as palavras de Celso Carvalhosa, que considera a

digitalização contribuiu para que alguns postos de trabalho fossem extintos, porque é preciso não esquecer que “a rádio não abunda em recursos e não pode pagar a toda a gente e os recursos humanos foram diminuindo”, realça o responsável do Departamento técnico da Alto Minho FM. O profissional considera que o número limitado de recursos humanos disponíveis não permite que algumas dimensões, como por exemplo os conteúdos multimédia, sejam trabalhados com maior frequência. Esta questão foi também abordada na revisão teórica, uma vez que verificámos que muitas das potencialidades das novas tecnologias foram deixadas de lado por causa dos problemas estruturais das emissoras (Bonixe, 2017b, p. 70). Apesar das dificuldades, os profissionais consideram que a aposta nos conteúdos multimédia é muito importante. Para Miguel Costa, “o papel do multimédia é enorme”. O Administrador da rádio considera que não seria possível “sobreviver sem estarmos presentes nas plataformas digitais, naquilo que são os media digitais”. Esta consciência em relação à importância de marcar presença no digital é importante e continuará a ser explorada no próximo ponto.

#### **4.4.3. A estratégia digital da Alto Minho FM e a aposta nos *podcasts***

A rádio Alto Minho FM tem delineado uma estratégia digital que passa pela aposta na emissão online, mas também nas redes sociais digitais e no website, para além de considerar que os *podcasts* são um importante conteúdo digital que pode ajudar a conquistar novos públicos. Para Rui Gonçalves esta estratégia permite a “ligação a grupos que ainda não tínhamos conseguido alcançar”, ao mesmo tempo que funciona como forma de promoverem o trabalho desenvolvido. “Estas situações ajudaram a divulgar ainda mais o nosso trabalho, e, por conseguinte, a nossa região”, refere o Diretor de Programas da Alto Minho FM.

Neste contexto, destacamos em particular a ênfase que os profissionais entrevistados conferem também às ferramentas digitais ao nível da aproximação que permitem com as comunidades. A partilha de conteúdos nos sites de redes sociais, por exemplo permite maior contacto com os públicos e uma interação mais imediata. Por outro lado, a aposta em conteúdos audiovisuais é muito importante para dar a conhecer a região e surge numa lógica de convergência multimédia que é hoje uma tendência, revelam os profissionais. Os entrevistados destacam que é necessário acompanhar as tendências do mercado, mas sobretudo estar sempre atento às preferências dos ouvintes, dando-lhe acesso aos conteúdos e temas que procuram.

A estratégia deste meio de comunicação local foi assim pensada numa lógica de adaptação às tendências do sector, obrigando a um investimento e uma aposta na criação de novos conteúdos digitais, destaca Miguel Costa. Também Celso Carvalhosa considera que as plataformas digitais e os conteúdos multimédia podem ser “um complemento” que pode “ajudar a vender o nosso produto”, até porque, salienta o Administrador do projeto, na atualidade, não é possível estar ausente do ambiente digital.

Considerando em particular os *podcasts*, e embora a aposta nestes conteúdos esteja ainda muito ligada à emissão tradicional, como verificámos, é importante assinalar que o *podcasting* faz parte da estratégia da rádio não apenas numa lógica de replicação ou de arquivo. Para o Diretor de Programas da Rádio Alto Minho FM, Rui Gonçalves, existem alguns “conteúdos que estão unicamente direcionados para o público que está na rede” e esse será também um caminho a ser pensado e desenvolvido no futuro. No entanto, os profissionais da rádio consideram que neste momento, até por uma questão de gestão dos recursos disponíveis, a aposta vai continuar a ser primeiro na emissão tradicional, passando a estratégia sobretudo pela conjugação da emissão hertziana com as plataformas digitais, promovendo a maior complementaridade entre os dois campos.

#### **4.4.4. Os profissionais da Alto Minho FM e o futuro da rádio local**

Para encerrarmos a apresentação e análise dos resultados das entrevistas feitas aos profissionais da Alto Minho FM, tentamos recolher algumas perceções em relação ao futuro da rádio e necessariamente dos *podcasts* que, como já verificamos, constituem uma aposta da estação, ainda que sobretudo numa lógica de difusão dos programas da emissão tradicional.

Através das respostas que obtivemos nas entrevistas percebemos que os profissionais da Alto Minho FM têm procurado apostar na inovação, ao mesmo tempo que se mostram atentos às tendências do mercado. “Temos sempre novos projetos. Tenho uma especial necessidade de estar sempre a desenvolver novas iniciativas”, revela Miguel Costa. Para além de procurarem criar novos programas, os responsáveis da estação consideram também que é necessário pensar na especialização, sobretudo tendo em conta o contexto em que se inserem as rádios locais. Para o responsável do Departamento Técnico, a rádio local “não pode ser generalista e deve optar pelos nichos”. Esta ideia está ligada sobretudo aquela que é também a missão destes projetos locais e que passa pela promoção e divulgação do que se faz nas regiões.

É também neste sentido que os profissionais consideram que os *podcasts* são uma mais-valia, porque permitem que outros ouvintes, noutras partes do mundo, possam ficar a par do que acontece na região onde se inserem as rádios locais. No caso da Alto Minho FM tem sido esta a estratégia seguida para manter e aprofundar uma relação de proximidade com as comunidades, não apenas as que se encontram próximas, mas também as que estão espalhadas pela diáspora.

Neste contexto, destacamos também que os profissionais entrevistados consideram que o futuro passa necessariamente pelo digital, com Celso Carvalhosa a referir mesmo que as emissoras “já não podem viver sem o multimédia e sem marcarem presença na web”. Por outro lado, Miguel Costa realça que estar no digital é também sinal de que a estação está atenta ao que acontece ao seu redor, uma vez que defende que “se nós compreendermos a forma como a sociedade se comporta no contexto do consumo desses meios, vamos ter sempre possibilidade de estar perto dela”.

Por fim, pensando no futuro da rádio local, e em particular da Alto Minho FM, os profissionais consideram que é fundamental que o projeto continue apostado em promover a região, acreditando que o sucesso destes meios locais passa necessariamente pela proximidade que conseguirem estabelecer com as comunidades onde se encontram inseridas, sendo o ambiente digital mais um espaço onde essa relação pode ser fomentada.



## Considerações Finais

Iniciámos esta investigação com o objetivo de estudar a relação das rádios locais com o *podcasting*, focando a nossa atenção na rádio Alto Minho FM, estação onde tivemos oportunidade de estagiar. Durante todo o estágio, mas também com os dados recolhidos e as análises realizadas, procurámos encontrar respostas que nos ajudassem a perceber qual a importância que os *podcasts* tinham no contexto da produção radiofónica da emissora local da cidade da Viana do Castelo.

O percurso que nos conduziu até este relatório e a estas considerações finais começou com o estágio, onde tivemos oportunidade de aprender, mas também de desenvolver um conjunto de atividades que nos permitiram aplicar muitos dos conhecimentos apreendidos no decorrer do segundo ciclo de estudos em Jornalismo. O estágio foi também local privilegiado para a observação participante, que complementamos com uma análise de alguns programas e *podcasts* da rádio e entrevistas com profissionais da estação.

Deste processo fez também parte uma revisão da literatura que nos ajudou a enquadrar a temática, mas sobretudo a formular um conjunto de hipóteses de trabalho que nos orientaram durante a investigação e que serão a nossa base para este momento final, uma vez que o objetivo é agora o de perceber se as hipóteses que colocámos podem ser confirmadas ou refutadas.

Começámos por colocar como hipótese que os conteúdos que a Alto Minho Fm produzia em formato *podcast* integravam a grelha de programação da estação (H1). No final do trabalho podemos afirmar que esta hipótese se confirma, uma vez que os conteúdos disponibilizados no formato de *podcasts* resultam na realidade de programas da grelha, que a estação decide apresentar desta forma numa tentativa de alcançar mais ouvintes. Podemos assim concluir que a aposta feita ao nível dos *podcasts* é o resultado de uma estratégia de replicação de conteúdos, seguida por um grande número de rádios, a nível local, mas também nacional. Não existe, portanto, o entendimento do *podcasting* como um *medium* autónomo, capaz de dar origem a conteúdos inovadores e diferenciados em relação aqueles que são transmitidos na emissão hertziana. A ausência de *podcasts* nativos, como são muitas vezes são chamados, surge como uma opção da rádio, que procura com a replicação de conteúdos dar oportunidade aos ouvintes de escutar os programas sem terem de acompanhar a

emissão, mas deve também ser pensada tendo em conta a escassez de recursos, sobretudo humanos, que caracteriza estes meios de comunicação locais.

A segunda hipótese colocada, que surge na sequência da primeira, também se confirma, uma vez que a Alto Minho FM permite que os conteúdos apresentados enquanto *podcasts* sejam consumidos *on demand* (H2), ou seja, a estação disponibiliza os programas sob a forma de *podcasts* no website com o objetivo de permitir esse consumo a pedido ou, dito de outra forma, de acordo com as preferências dos ouvintes. Neste sentido, destaca-se também a possibilidade que é dada aos ouvintes de fazerem *download* dos *podcasts*, para além da aposta que foi feita no desenvolvimento de aplicação *mobile* exclusiva da rádio, potenciando a mobilidade, a portabilidade e esse mesmo consumo *on demand*.

Analisando em particular os *podcasts* e as suas temáticas, colocámos a hipótese de a rádio Alto Minho FM privilegiar sobretudo os conteúdos de entretenimento, dando pouco espaço aos conteúdos informativos (H3). Apesar de termos analisado um número reduzido de programas, mas de termos sobretudo optado por aqueles que apresentavam uma dimensão que não fosse apenas musical, concluímos que a hipótese não se confirma na totalidade, uma vez que verificámos que a estratégia da rádio passa em grande medida pela promoção da região. Nesse sentido, se deixarmos de lado os programas e *podcasts* dedicados apenas à música, e que por isso têm naturalmente uma vertente de entretenimento, podemos considerar que um dos fatores distintivos do projeto é precisamente a sua ligação à comunidade onde está inserido e o esforço de promoção das entidades e atores que fazem parte desta. Assim, concluímos que existe um esforço de promoção da região, não apenas nos *podcasts* analisados, mas também noutros que foram, entretanto, criados.

Na quarta hipótese considerámos a possibilidade de a maioria dos *podcasts* desenvolvidos nas rádios locais, e em particular na rádio estudada, terem uma duração limitada, acabando por se extinguir passado alguns meses (H4). É necessário considerar que uma das características distintivas dos *podcasts* é precisamente a ausência de muitas das regras que se colocam aos programas das grelhas, nomeadamente no que diz respeito à periodicidade. No entanto, considerando que os *podcasts* apresentados pela Alto Minho FM resultam, na realidade, desses programas, também essa periodicidade se mantém. Assim, não podemos concluir que os projetos sejam limitados no tempo, mas pelo contrário verificámos que existe uma preocupação em disponibilizar sempre os projetos no *website* da rádio, mas também um desenvolvimento de programas que têm já vários anos e que resultam de um efetivo

planeamento. O facto de alguns desses programas estarem ligados à já referida promoção da região, pode ajudar a explicar a sua longevidade.

A última hipótese colocada apontava no sentido de a pandemia de COVID-19 ter afetado a produção de *podcasts* na Alto Minho FM (H5). A observação realizada, bem como os dados recolhidos nas entrevistas, levam-nos a concluir que o trabalho da estação foi afetado pela pandemia, sobretudo alguns programas, como o “De Tasca em Tasca”, que se encontravam mais dependentes de uma recolha de informações fora do espaço da redação. É por isso sem surpresas que podemos confirmar a hipótese, uma vez que a pandemia afetou praticamente todos os setores de atividade e a rádio não foi exceção. Apesar de continuarem a desenvolver o seu trabalho, os profissionais tiveram de adaptar, sobretudo na produção de determinados programas.

Para além de confirmarmos ou refutarmos as hipóteses, podemos ainda realçar que os *podcasts* são considerados na Alto Minho FM sobretudo como um novo formato de distribuição, que permite expandir o alcance da rádio e faz por isso parte da estratégia que a estação tem vindo a desenvolver para o digital. Por outro lado, tivemos também oportunidade de verificar que a rádio tem ainda uma margem grande de progressão e crescimento no que diz respeito à utilização das potencialidades do ambiente digital, nomeadamente no que diz respeito à utilização de ferramentas para criar mais conteúdos audiovisuais.

Para terminar e respondendo diretamente à questão de investigação que colocámos, podemos concluir que os *podcasts* são muito importantes no contexto da produção radiofónica da emissora local da cidade da Viana do Castelo, funcionando sobretudo como uma forma de arquivar os programas ou, se quisermos, como forma de criação de um repositório a que os ouvintes podem aceder sempre que desejarem. Neste sentido, fica também a ideia de que existe margem para a criação de *podcasts* nativos, ou seja, *podcasts* pensados única e exclusivamente para o digital, mas sobretudo que *podcasts* cujas características os tornam distintos dos tradicionais programas radiofónicos, seja em termos de produção, seja ao nível da distribuição e consumo.

## **Limitações da investigação**

Apesar de considerarmos que conseguimos cumprir todos os objetivos a que nos propusemos, a verdade é que não existem investigações perfeitas, uma vez que todos os processos são em algum momento afetados por fatores que os podem limitar. São precisamente algumas dessas limitações que listamos de seguida.

No contexto desta investigação entendemos que a principal limitação esteve relacionada com as restrições impostas pela pandemia, que acabariam por afetar um dos momentos mais importantes de todo o processo, ou seja, a realização do estágio. O facto de termos realizado parte do estágio em regime de teletrabalho, ou seja, mantendo a colaboração com a rádio, mas não nos deslocando até à mesma, afetou as atividades que foram realizadas, mas sobretudo limitou a recolha de outros dados, quer no âmbito da observação participante, quer ao nível das entrevistas.

Para além da pandemia, ou talvez também devido à pandemia, sentimos que outra limitação que acabou por afetar o trabalho esteve relacionada com o facto de termos desenvolvido sobretudo atividades na área da informação, o que nos impediu de trabalhar outros conteúdos, nomeadamente sob a forma de *podcasts*, atividade que poderia ter sido importante tendo em conta o tema deste relatório.

Por outro lado, não podemos deixar de referir que o facto de termos analisado apenas três *podcasts*, ainda que justificando a nossa opção, bem como a realização de entrevistas apenas a alguns profissionais da rádio podem também ser consideradas como limitações aos resultados que foram apresentados. As opções tomadas limitam necessariamente as conclusões que podem ser tiradas e a sua aplicação a outras realidades, o que acaba por ser também uma limitação da investigação, mesmo que esta se configure como um estudo de caso em particular.

## **Propostas para investigações futuras**

Depois de termos exposto os principais aspetos que limitaram a investigação, encerramos este relatório com a indicação de algumas linhas de trabalho que podem servir de pontos de partida para investigações futuras nesta área.

Uma das dimensões que acreditamos que deve continuar a ser investigada prende-se com a necessidade de perceber que conteúdos são aqueles que as rádios locais disponibilizam nos seus websites e que intitulam de *podcasts*. Como tivemos oportunidade de verificar, no caso da Alto Minho FM, os *podcasts* dizem respeito a programas que encontramos na grelha e, portanto, estamos perante uma simples replicação de conteúdos. Será que esta situação se repete noutras estações locais? Existem emissoras que têm apostado no desenvolvimento de *podcasts* nativos? Que temáticas são abordadas e com que objetivo são produzidos esses *podcasts*?

Consideramos que é importante explorar esta dimensão, desde logo porque ela remete para o próprio entendimento do conceito de *podcast*, na medida em que para uns este diz respeito apenas a um novo formato e tecnologia de distribuição, enquanto que para outros ele é sobretudo um novo *medium* criativo com características distintas dos conteúdos radiofónicos.

Outra linha de investigação que poderá ser seguida tem que ver com a necessidade de conhecer a importância que as rádios, nomeadamente as locais, atribuem à presença no espaço digital, e em particular nas redes sociais digitais. Acreditamos que é necessário estudar a forma como as rádios podem utilizar os sites de redes sociais para promover os seus programas, mas também para interagir com os ouvintes.

Por fim, não temos dúvidas de que a pandemia afetou os meios de comunicação de forma muito particular e, nesse sentido, é importante que sejam realizadas novas investigações que nos ajudem a perceber qual o impacto que o confinamento e todas as restrições impostas tiveram na escuta das rádios locais. Durante a pandemia as pessoas procuraram muitas vezes informações sobre as suas comunidades e os meios de comunicação tiveram nesse contexto um papel particularmente relevante. Mas sabemos também que muitos dos meios que já enfrentavam dificuldades viram a sua situação agravar-se, com a queda nas receitas publicitárias. É por isso que urge estudar a forma como as rádios locais lidaram com a pandemia, avaliando a capacidade que tiveram para se adaptar, mas sobretudo procurando perceber de que forma esta situação extraordinária pode ter deixado marcas num setor já por si muito afetado pelas crises da última década.



## Referências bibliográficas

Almeida, A., Moreira, J., Oliveira, M., Lima, R. & Rocha, S. (2014). *RUP: João Bonucci, o "homem dos jingles"*. In *JPN-JornalismoPortoNet*. Consultado a 7 de maio de 2021. Disponível em <https://www.jpn.up.pt/2014/06/10/rup-joao-bonucci-o-homem-dos-jingles/>

Alves, C. D. (2014). *O podcast deu alguma vida e valor ao produto da rádio*. In A. I. Reis, F. Ribeiro & P. Portela (Orgs.), *Das piratas à Internet: 25 anos de rádios locais* (pp. 61-78). Braga: CECS. Consultado a 4 de maio de 2021. Disponível em [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2049/1971](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2049/1971)

Andrade, R. (2014). *Globalização e jornalismo local: estudo de caso do Porto24*. Relatório de estágio para a obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga. Consultado a 8 de maio de 2021. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/34306>

Antón, E. (1998). *La radio del futuro es una radio digital*. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-radio-futuro.pdf>

Arboledas, L. & Bonet M. (2013). *Radio on the Iberian Peninsula: Autarky, revolution and convergence*. *International Communication Gazette*. 75(2) 205–224. Consultado a 5 de maio de 2021. Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/258137510\\_Radio\\_on\\_the\\_Iberian\\_Peninsula\\_Autarky\\_revolution\\_and\\_convergence](https://www.researchgate.net/publication/258137510_Radio_on_the_Iberian_Peninsula_Autarky_revolution_and_convergence)

Azinhiera, N. (2002). *Rádios locais, sem complexos e sem dinheiro*. In Público. Consultado a 28 de maio de 2021. Disponível em <https://www.publico.pt/2002/08/26/jornal/radios-locais-sem-complexos-e-sem-dinheiro-173938>

Bianco, N. (2006). *E tudo vai mudar quando o Digital chegar*. Consultado a 16 de julho de 2021. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-radio-digital.pdf>

Bogdan, R. & Biklen, S. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação – uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora.

Bonixe, L. (2006). *As rádios locais em Portugal: uma análise do discurso jornalístico. Comunicação & Cultura*, (1), 157-169. Consultado a 12 de dezembro de 2020. Disponível em <https://revistas.ucp.pt/index.php/comunicacaoecultura/article/view/362>

Bonixe, L. (2008). *As notícias dos sites das rádios portuguesas: contributos para a sua compreensão. Prisma.com*, n.º 7. Consultado a 1 de junho de 2021. Disponível em <https://ojs.letras.up.pt/index.php/prisma.com/article/view/2070/1906>

Bonixe, L. (2010a). *A migração das rádios locais portuguesas para o digital - desafios e potencialidades*. Apresentado no II Seminário de I&DT - Consolidar o conhecimento, perspectivar o futuro, Portalegre. Consultado a 15 de novembro de 2020. Disponível em <https://comun.rcaap.pt/bitstream/10400.26/2057/1/A%20migra%c3%a7%c3%a3o%20das%20r%c3%a1dios...pdf>

Bonixe, L. (2010b). *A rádio informativa portuguesa na Internet: o estado da arte. Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol, 7, n.º2. Consultado a 3 de julho de 2021. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n2p332>

Bonixe, L. (2011). *Jornalismo radiofónico e Internet – Um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio. Comunicação e Sociedade*, vol. 20, 2011, pp. 29-41. Consultado a 1 de junho de 2021. Disponível em <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1569>

Bonixe, L. (2012). *As rádios locais em Portugal – da génese do movimento à legalização. Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 9 N.º 2*, pp 313-325. Consultado a 6 de maio de 2021. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p313>

Bonixe, L. (2017a). *Do Alentejo para o Mundo: um retrato das rádios locais na Internet. Aprender. Revista da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais*, n.º37. Consultado a 15 de novembro de 2020. Disponível em <http://aprender.esep.pt/index.php/aprender/article/view/29/17>

Bonixe, L. (2017b). *As rádios locais portuguesas na transição para a Internet*. In P. Jerónimo (Org.) *Media e jornalismo de proximidade na era digital*. (pp. 47-86). Consultado a 5 de maio de 2021. Covilhã: Labcom. Consultado a 5 de maio de 2021. Disponível em [https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743201710\\_mediajornalismoproximidade\\_pjeronimo.pdf](https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743201710_mediajornalismoproximidade_pjeronimo.pdf)

Bonixe, L. (2019). *As rádios locais em Portugal – da génese ao online Contexto e prática do jornalismo de proximidade*. Lisboa: ICnova. Consultado a 15 de novembro de 2020. Disponível em [https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/17473135/ICNOVA\\_RadiosLocais.pdf](https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/17473135/ICNOVA_RadiosLocais.pdf)

Campainha, J. (2000). *O necessário e o supérfluo*. In *Íbis: Revista da Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Alto Minho*, v.1.

Campainha, J. (2001). *Jornalismo no próximo milénio. Imprensa regional está a anos luz*. In *Íbis: Revista da Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Alto Minho*, v.2.

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade*. Coimbra: Edições Minerva.

Camponez, C. (2017). *Proposta de novos pactos comunicacionais na era do hiperlocal*. In P. Jerónimo (Org.) *Media e jornalismo de proximidade na era digital*. (pp-11-26). Covilha: Labcom. Consultado a 5 de maio de 2021. Covilhã: Labcom. Consultado a 5 de maio de 2021. Disponível em [https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743201710\\_mediajornalismoproximidade\\_pjeronimo.pdf](https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743201710_mediajornalismoproximidade_pjeronimo.pdf)

Carvalho, A. (2014). *Uma visão da evolução da radiodifusão local pelo prisma das políticas públicas*. In A. I. Reis, F. Ribeiro & P. Portela (Orgs.), *Das piratas à Internet: 25 anos de rádios locais* (pp-29-41). Braga: CECS. Consultado a 4 de maio de 2021. Disponível em [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2049/1971](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2049/1971)

Coelho, P. (2005). *A TV e os novos desafios do espaço público*. Lisboa: Livros Horizonte.

Coimbra, J. (2014). *A rádio tornou-se demasiado científica: talvez o segredo passe por humaniza-la*. In A. I. Reis, F. Ribeiro & P. Portela (Orgs.), *Das piratas à Internet: 25 anos de rádios locais* (pp. 217-225). Braga: CECS. Consultado a 4 de maio de 2021. Disponível em [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2049/1971](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2049/1971)

Cordeiro, P. (2004). *Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio*. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>

Costa, P. (2014). *Teias da Rádio Transmissibilidade e emissões em cadeia: Impacto nos conteúdos de proximidade*. (Dissertação de Mestrado). Universidade do Minho, Braga. Consultado a 7 de maio de 2021. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/34305>

Coutinho, C. P. (2015). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Almedina.

Curran & Seaton (1997). *Imprensa, rádio e televisão: poder sem responsabilidade*. Lisboa: Instituto Piaget.

Divitiis, G. (2011). *Mídia regional\local e comunidade O cotidiano escolar nas páginas dos jornais de bairro paulistanos*. *Revista AlterJo*, Ano 02, Volume 01, Edição 03. Consultado a 9 de maio de 2021. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88227/91105>

ERC (2009). *Caracterização do sector da radiodifusão local*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <https://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/publicacoes/caracterizacao-do-sector-da-radiodifusao-local>

F., C., (2015). *80 anos da rádio*. *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 61 Out/Dez, pp. 13.

Fernandes, J. (2000). *A imprensa regional na viragem do século*. In *Íbis: Revista da Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Alto Minho*, v.1.

Ferraretto, L. (2007). *Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21*. Comunicação apresentada no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/RO046-1.pdf>

Ferraretto, L. & Kischinhevsky, M. (2010). *Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação*. *Revista Famecos*, v. 17, n. 3, p. 173-180. Consultado a 14 de maio de 2021. Disponível em <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8185>

Fidalgo, J. (2008). *Novos desafios a um velho ofício ou. Um novo ofício? A Redefinição da profissão de jornalista*. In M. Pinto & S. Marinho (orgs) *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI* (pp. 109-128). Porto: Campo das Letras, Editores S.A. Consultado em 30 de maio de 2021. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41092>

Freixo, S. (2012). *As rádios portuguesas e o mau aproveitamento das potencialidades da Internet*. Relatório de estágio para a obtenção do grau de mestre em Jornalismo, Universidade Nova, Lisboa. Consultado a 9 de maio de 2021. Disponível em <https://run.unl.pt/bitstream/10362/7609/1/Relat%C3%B3rio%20de%20Mestrado.pdf>

Gago, L. (2004). *Rádio na Internet: abordagem à inovação por meio do estudo de representações e serviços online. O caso de Ouï Fm.com e Dióra.com*. Comunicação apresentada na International Radio Summer School, Siena. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <http://greriren.free.fr/article16.htm>

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo*. Barcelona: Ediciones Paidós. Consultado a 8 de maio de 2021. Disponível em [https://digital-news8.webnode.es/\\_files/200000051-be39abf34d/7%20Teor%C3%ADa%20del%20periodismo%20-%20Lorenzo%20Gomis.pdf](https://digital-news8.webnode.es/_files/200000051-be39abf34d/7%20Teor%C3%ADa%20del%20periodismo%20-%20Lorenzo%20Gomis.pdf)

Haandel, J. & Haandel, F. (s.d.). *Por uma classificação dos produtos do webcasting sonoro*. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <https://docplayer.com.br/833908-Por-uma-classificacao-dos-produtos-do-webcasting-sonoro.html>

Herschmann, M. & Kischinhevsky, M. (2008). A “*geração podcasting*” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. *Revista Famecos: Mídia, cultura e tecnologia*, vol, 1, nº37. Consultado a 6 de julho de 2021. Disponível em [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_263.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_263.pdf)

Hoeven, A. (2012). *The popular music heritage of the Dutch pirates: illegal radio and cultural identity*. *Media, Culture & Society*, 34(8), 927–943. Consultado a 14 de maio de 2021. Disponível em <https://repub.eur.nl/pub/37751/>

Hood, L. (2010). *Radio Recentered: Local News Returns Home*. *Journal of Radio & Audio Media*, 17:2, 151-166. Consultado a 5 de maio de 2021. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19376529.2010.519652>

Jorge, T. & Batista, P. (2020). *Rádio local sem fronteiras: a experimentação de uma pequena emissora portuguesa na Internet*. *Brazilian Journalism Research*. Consultado a 16 de novembro de 2020. Disponível em <https://preprints.ibict.br/bitstream/1618034/44/2/EmeRI19819854a20n001%20%281%29.pdf>

Kischinhevsky, M. (2009). *Cultura da portabilidade – Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora*. *Obercom* v,3, nº1. Consultado a 13 de maio de 2021. Disponível em <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/271/241>

Kischinhevsky, M. (2012). *Rádio social: mapeando novas práticas interacionais sonoras*. *Revista Famecos mídia, cultura e tecnologia*, v.19, n.2. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12323>

Kuhn, F. (2000). *O rádio na Internet: Rumo à quarta mídia*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/284183>

Maia, M. (1995). *Telefonia*. S.L: Círculo de Leitores.

Marinho, S. (2000). *Um percurso da rádio em Portugal*. In M. Pinto (orgs.). *A comunicação e os media em Portugal (1995-1999): cronologia e leituras de tendências*

(pp-99-109). Braga: Instituto de Ciências Sociais. Consultado a 7 de maio de 2021. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29785>

Martínez-Costa, M. (2004). *La radio digital en Europa: perspectivas y evolución*. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-05/Q18\\_mtinezcosta\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-05/Q18_mtinezcosta_ES.pdf)

Martins, N. (2001). *Não acenda o rádio, ligue o rádio*. In *Íbis: Revista da Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Alto Minho*, v.2.

Martins, N. (2008). *Webrádio: Novos gêneros, novas formas de interação*. (Dissertação de Mestrado). Belo Horizonte, Universidade Federal de Minas Gerais. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em [https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair\\_prata\\_tese.pdf](https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair_prata_tese.pdf)

Martins, S. & Silva, E. (2005). *A cara do jornalismo no interior*. Consultado a 31 de maio de 2021. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/30-encontro-2005-1/A%20cara%20do%20jornalismo%20no%20interior.doc>

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The extensions of man*. Londres e Nova Iorque. Consultado a 13 de maio de 2021. Disponível em <https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>

Melo, I. (2007). *Um jornalismo de proximidade*. Observatório de Imprensa, nº427. Consultado a 8 de maio de 2021. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/um-jornalismo-de-proximidade/>

Meneses, J. (2003). *Tudo o que se passa na TSF: ...para um "livro de estilo"*. Porto: Jornal de Notícias.

Mesquita, M., Reis, A. & Nunes, J. (1994). *Os meios de comunicação social*. In A. I. Reis (Org). *Portugal 20 anos de democracia* (pp. 360- 406). Círculo de Leitores: Lisboa.

Neuberger, R. (2012). *O Rádio na Era da Convergência das Mídias*. Bahia: Editora UFRB. Consultado a 11 de maio de 2021. Disponível em <https://blog.ufba.br/portaldoradio/files/2012/10/O-r%C3%A1dio-na-era-da-converg%C3%Aancia1.pdf>

Obercom (2006). *As rádios portuguesas e o desafio do (on) line*. Lisboa: Obercom. Consultado em 28 de maio de 2021. Disponível em <https://obercom.pt/as-radios-portuguesas-e-o-desafio-do-on-line-set2006/>

Obercom (2018). *As Rádios Locais em Portugal. Caracterização, tendências e futuros*. Lisboa: Obercom. Consultado a 3 de julho de 2021. Disponível em <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/04/CIUL-CV-OberCom2018-Ra%C3%A1dios-Locais-Characterizac%C3%A7%C3%A3o-tende%C3%92ncias-e-futuros-.pdf>

Obercom (2020). *Digital News Report 2020 – Portugal*. Lisboa: Obercom. Consultado a 10 de maio de 2021. Disponível em [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/06/DNR\\_PT\\_2020\\_19Jun.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/06/DNR_PT_2020_19Jun.pdf)

Ofcom (2011). *The future of small scale radio. A research report for Ofcom*. Consultado a 8 de maio de 2021. Disponível em [https://www.ofcom.org.uk/\\_data/assets/pdf\\_file/0024/27267/smallradio.pdf](https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0024/27267/smallradio.pdf)

Oliveira, M. (2013). *Sounds and identity: the role of radion in community building*. In G. Stachyra (Orgs.) *Radio – Community, Challenges and Aesthetics*. (177 – 188). Lublin: Universidade Maria Curie-Skłodowska. Consultado a 8 de maio de 2021. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29509>

Oliveira, M. (2014). *Ecos e sotaques do local: o insustentável sonho da radiodifusão de proximidade*. In A. S. Reis, F. Ribeiro & P. Portela (Orgs.), *Das piratas à Internet: 25 anos de rádios locais* (pp.79-96). Braga: CECS. Consultado a 4 de maio de 2021. Disponível em [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2049/1971](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2049/1971)

Olmo, S. (2005). *Periodismo de radio: De los estúdios al ciberespacio*. Valencia: Universidade Cardenal Herrera. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/3254?mode=full>

Pacheco, M. (2010). *A rádio na Internet: Do “on air” para o “online”. Estudo de caso do Serviço Público e o caminho para o futuro.* (Trabalho de Projecto de Mestrado), Universidade Nova de Lisboa. Consultado a 3 de julho de 2021. Disponível em <https://run.unl.pt/bitstream/10362/4661/1/1.pdf>

Parlatore et al. (2020). *El podcast y el desafío de repensar lo radiofónico.* *Gratti Question/Cuestión*, vol. 2, nº66. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6335>

Pereira, A. (2011). *Desafios da 'Era da Imagem': A inclusão da televisão no serviço radiofónico.* (Dissertação de mestrado), Universidade do Minho, Braga Consultado a 27 de maio de 2021. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/18095>

Pérez, A. (1994). *As radios locales y su penetración en la audiencia.* Comunicação apresentada na Conferencia Episcopal Española, Madrid. Consultado a 16 de novembro de 2020. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/merayo-arturo-radio-local.html>

Pérez, J. (2009). *Podcasting: distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española.* (Tese de Doutoramento). Universidade Complutense de Madrid, Madrid. Consultado a 6 de julho de 2021. Disponível em [https://www.academia.edu/1860035/Tesis\\_Podcasting\\_distribuci%C3%B3n\\_de\\_contenidos\\_sonoros\\_y\\_nuevas\\_formas\\_de\\_negocio\\_en\\_la\\_empresa\\_radiof%C3%B3nica\\_espa%C3%B1ola](https://www.academia.edu/1860035/Tesis_Podcasting_distribuci%C3%B3n_de_contenidos_sonoros_y_nuevas_formas_de_negocio_en_la_empresa_radiof%C3%B3nica_espa%C3%B1ola)

Pew Project for Excellence in Journalism (2011). *The State of the News Media 2011.* Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/8/2017/05/State-of-the-News-Media-Report-2011-FINAL.pdf>

Portela, P. (2011). *Rádio na Internet em Portugal: A abertura à participação num meio em mudança.* Ribeirão: Edições Húmus, LDA. Consultado a 14 de maio de 2021. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/55281>

Portela, P. (2014). *A Voz do Utilizador na Mediamorfose da Rádio A Interactividade e os Consumos Radiofónicos do Início do Séc. XXI.* (Tese de Doutoramento). Braga,

Universidade do Minho. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/35828>

Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Rádio Alto Minho (2021). *Breve Historial da Rádio Alto Minho (Viana do Castelo)*.

Rebelo, J. (2011). *Ser Jornalista em Portugal- Perfis Sociológicos*. Lisboa: Gradiva.

Reis, A. I. (2014). *As rádios piratas em Portugal – contributos para um percurso*. In A. I. Reis, F. Ribeiro & P. Portela (Orgs.), *Das piratas à Internet: 25 anos de rádios locais* (pp. 9-28). Braga: CECS. Consultado a 4 de maio de 2021. Disponível em [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2049/1971](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2049/1971)

Reis, A. (2015). *O lugar do som nos sites das rádios*. *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 61 Out/Dez, 44-47.

Ribeiro, F. (2014). *Recuperar o espírito das piratas: reflexões sobre rádios comunitárias em Portugal, do vazio legal a uma proposta concreta*. In A. I. Reis, F. Ribeiro & P. Portela (Orgs.), *Das piratas à Internet: 25 anos de rádios locais* (pp. 113-131). Braga: CECS. Consultado a 4 de maio de 2021. Disponível em [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2049/1971](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2049/1971)

RTP (produtor). (2021). *Sociedade Civil* (programa de televisão). Lisboa: RTP.

Sá, A. (2008). *O Google {2000-2004}: a emergência de um fenómeno global*. In: M. Pinto & S. Marinho (Orgs), *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI* (pp-177, 196). Porto: Campo das Letras, Editores S.A. Consultado em 30 de maio de 2021. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41092>

Santos, L. (2014). *Rádios locais e internet: quem nos mostra o caminho?* In A. I. Reis, F. Ribeiro & P. Portela (Orgs.), *Das piratas à Internet: 25 anos de rádios locais* (pp.97-112). Braga: CECS. Consultado a 4 de maio de 2021. Disponível em [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2049/1971](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2049/1971)

Santos, R. (2008). *Rádios locais em Portugal, 2000-2004*. In M. Pinto & S. Marinho (Orgs.), *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI* (pp.84-90). Porto: Campo das Letras, Editores S.A. Consultado em 30 de maio de 2021. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41092>

Savenhago, I. (2017). *Um panorama do ciberjornalismo de proximidade no Brasil*. In P. Jerónimo (Org.). *Media e jornalismo de proximidade na era digital* (pp- 147-188). Covilhã: Labcom. Consultado a 5 de maio de 2021. Disponível em [https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743201710\\_mediajornalismoproximidade\\_pjeronimo.pdf](https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743201710_mediajornalismoproximidade_pjeronimo.pdf)

Silva, C. (2015). *A rádio na vida dos cidadãos: estudo do papel das rádios locais*. Relatório de estágio para a obtenção de do grau de mestre em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga. Consultado a 16 de novembro de 2020. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/40761/1/A%20R%c3%a1dio%20na%20Vida%20dos%20Cidad%c3%a3os.pdf>

Silva, D. (2008). *As rádios locais: o que mudou desde 1989?* (Dissertação de Mestrado), Universidade da Beira Interior, Covilhã. Consultado a 28 de maio de 2021. Disponível em <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/1427>

Silva, E. (2014). *Rádios locais: concentração e regulação*. In A. I. Reis, F. Ribeiro & P. Portela (Orgs.), *Das piratas à Internet: 25 anos de rádios locais* (pp-43-60). Braga: CECS. Consultado a 4 de maio de 2021. Disponível em [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2049/1971](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2049/1971)

Silva, E. (2015). *Rádio: entre a concentração e o “localismo”*. 80 anos da rádio. *Jornalismo & Jornalistas*, n.º 61 Out/Dez, pp. 13.

Silva, L., Oliveira, M. (2014). *A linguagem do local e as rádios piratas – memória do episódio ‘Marcianos em Braga’*. *Media & Jornalismo*. Consultado em 19 de novembro de 2020. Disponível em [http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29996/1/ECS\\_MO\\_marcianos\\_braga.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29996/1/ECS_MO_marcianos_braga.pdf)

Silva, N. (2010). *A rádio e a Web- Um estudo comparativo entre as rádios de informação nacionais e a BBC Rádio*. (Dissertação de Mestrado), Universidade Fernando Pessoa, Porto. Consultado a 1 de junho de 2021. Disponível em <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/1680>

Silverstone, R. (1999). *Por que estudar mídia*. Londres: Sage Publications. Consultado a 26 de maio de 2021. Disponível em [https://www.academia.edu/11511391/Silverstone\\_Roger\\_Por\\_que\\_estudar\\_a\\_midia](https://www.academia.edu/11511391/Silverstone_Roger_Por_que_estudar_a_midia)

Sousa, C. (2017). *Podcast: novas possibilidades para o radiojornalismo na era da convergência midiática*. (Dissertação de mestrado Jornalismo), Centro Universitário de Brasília, Brasília. Consultada a 25 de maio de 2021. Disponível em <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/11476>

Sousa, L. (1999). *The liberalisation of media and communications in Portugal*. Consultado a 21 de novembro de 2020. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-helena-liberalisation.pdf>

Spinelli, M. & Dann, L. (2019). *Podcasting: The Audio Media Revolution*. SL: Bloomsbury Academic

Toro, M. (1996). *Jornalismo moderno: história perspectivas e tendências até ao ano 2000*. Lisboa: Plátano.

Trigo-de-Souza, L. (2002). *Rádios.Internet.br. o rádio que caiu na rede*. *Revista USP*, nº56. Consultado a 5 de julho de 2021. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/33810/36548>

Vala, J. (1986). *A análise de conteúdo*. In A. S. Silva & J. M. Pinto (Orgs.), *Metodologia das ciências sociais* (pp. 101-128). Porto: Afrontamento.

Yin, R. (2014). *Case Study Research: Design and Methods (Applied Social Research Methods)*. Nova Iorque: Sage Publications Inc.

## **Anexos**



# Anexo I. Critérios e grelha de análise dos podcasts

<b>Categorias</b>	<b>Critérios</b>
Identificação	Nome do podcast
	Tema do podcast
	Autor(es)
	Duração
Publicação	Periodicidade
	Autor da publicação do podcast
	Hora da publicação do podcast
	Dia da publicação do podcast
	Duração do projeto
Conteúdo	Estilo de linguagem
	Relação com a região
	Recursos Sonoros
	Conteúdos publicitários
	Uso de multimédia
	Replicação dos programas da grelha
Social	O uso das redes sociais digitais

<b>Critérios</b>	<b>Podcasts</b>		
<b>Nome do podcast</b>	<b>Momento de Inspiração</b>	<b>+ Viana</b>	<b>A Nossa Terra</b>
<b>Tema do podcast</b>	Psicologia e desenvolvimento humano	Empreendedorismo na região do Alto Minho	Cultura/Património/História
<b>Autores</b>	Maria do Céu Guerra e Fernando Serrão	Fernando Serrão	Direnor - Comunicação, Estudos, Consultadoria e Divulgação Regional Lda.
<b>Periodicidade</b>	Semanal	Mensal	Semanal
<b>Duração</b>	29 min.	28 min.	1h26 min.
<b>Autor da publicação</b>	Celso Carvalho	Fernando Serrão	Celso Carvalho
<b>Hora da publicação</b>	09h00	08h00	09h18
<b>Dia da publicação</b>	25 de outubro de 2020	31 de outubro de 2020	26 de outubro de 2020
<b>Longevidade</b>	Desde 2015	Desde 2015 (anteriormente chamava-se + Minho)	Desde 2015
<b>Estilo</b>	Conversa/Entrevista	Entrevista/Reportagem	Entrevista/Reportagem
<b>Destaca a região</b>	Não	Sim	Sim
<b>Recursos sonoros</b>	Música	Jingles e Música	Jingles e Música
<b>Conteúdos publicitários</b>	Não	Sim	Sim
<b>Uso de multimédia</b>	Texto e imagem	Texto e imagem	Texto e imagem
<b>Possibilidade de download</b>	Sim	Sim	Sim
<b>Replicação da grelha</b>	Sim	Sim	Sim
<b>Uso das redes sociais</b>	Não	Sim	Não



# **Anexo II. Guião para a entrevista aos profissionais da Alto Minho FM**

## **I. Caracterização dos entrevistados**

1. Nome e idade?
2. Função que desempenha na Rádio Alto Minho FM?
3. É radialista/locutor/jornalista há quantos anos?
4. Breve descrição do percurso profissional até chegar à Rádio Alto Minho FM?
5. Há quantos anos desempenha a atividade enquanto profissional nesta rádio?

## **II. As rádios locais e a Internet: entre desafios e as oportunidades**

6. Considera que a Internet e as novas tecnologias afetaram o funcionamento das rádios locais? Que áreas foram mais afetadas pelas mudanças/transformações?
7. Na sua opinião, com a Internet e as novas tecnologias as rádios locais passaram a ter mais oportunidades? Que tipo de oportunidades? A que níveis (conteúdos, programação, contacto com os ouvintes, etc)
8. Pensando no caso particular da Alto Minho FM, verificaram-se mudanças ao nível da programação, com o advento da Internet e das novas tecnologias? Que tipo de mudanças?
9. Em termos de produção e distribuição de conteúdos, qual a importância que a Alto Minho FM atribui a sites de redes sociais como o Facebook, o Instagram ou o Twitter?
10. Considera que o futuro das rádios locais passa cada vez mais pela Internet? Porquê?

## **III. Os *podcasts* e o futuro das rádios locais**

11. Qual a importância que os *podcasts* podem ter no futuro das rádios locais?
12. Considera que os *podcasts* podem ajudar as rádios locais a conquistar novos ouvintes? Porquê?
13. Na sua opinião, os *podcasts* devem ser conteúdos autónomos ou diretamente ligados à programação das rádios? Porquê?
14. Que importância têm os *podcasts* na estratégia digital seguida pela Alto Minho FM?
15. Quais os projetos de futuro que a Alto Minho FM tem em termos de produção de *podcasts*?



# **Anexo III. Entrevista a Rui Gonçalves**

## **I. Caracterização dos entrevistados**

### **1. Nome e idade**

Rui Gonçalves, 40 anos.

### **2. Função que desempenha na Rádio Alto Minho FM?**

Diretor de programas na Alto Minho Fm e animador.

### **3. É radialista/locutor/jornalista há quantos anos?**

Há mais de 20 anos.

### **4. Breve descrição do percurso profissional até chegar à Rádio Alto Minho FM?**

Trabalhou doze anos na Rádio Caminha onde se tornou profissional na área e antes tinha realizado programas de autor na Alto Minho Fm. Em 2015 regressou à Alto Minho FM.

### **5. Há quantos anos desempenha a atividade enquanto profissional nesta rádio?**

A nível profissional trabalha na Alto Minho FM desde o ano de 2015.

## **II. As rádios locais e a Internet: entre desafios e as oportunidades**

### **6. Considera que a Internet e as novas tecnologias afetaram o funcionamento das rádios locais? Que áreas foram mais afetadas pelas mudanças/transformações?**

As novas tecnologias podem ser consideradas como sendo aliadas das rádios locais. No início, falava-se que as ferramentas digitais iriam contribuir para a morte da rádio, mas, contrariamente a isso, elas acabaram por potencializar o trabalho das emissoras radiofónicas. Isto quer dizer que a Internet não foi uma ameaça e acabou por se transformar numa oportunidade. Apesar disso, o mundo digital roubou algum espaço publicitário e é daí que surgem as receitas das rádios. Para contrabalançar esse aspeto negativo, as rádios passaram a promover-se a partir destas plataformas. Também

podemos concluir que a rádio foi o meio de comunicação que conseguiu tirar mais vantagens com as novas tecnologias.

**7. Na sua opinião, com a Internet e as novas tecnologias as rádios locais passaram a ter mais oportunidades? Que tipo de oportunidades? A que níveis (conteúdos, programação, contacto com os ouvintes, etc)?**

A rádio, sem a internet, encontrava-se confinada à sua emissão no FM, tendo, assim, uma área geográfica específica a cobrir. A internet mudou esse cenário e fez com que a rádio chegasse mais longe e, por conseguinte, a mais pessoas. Qualquer pessoa que esteja longe da sua localidade pode ouvir a rádio da sua terra, mesmo os ouvintes que se encontram emigrados. Essa comunidade engloba o intitulado mercado da saudade e esse grupo de pessoas tirou partido da proximidade com a terra. Um exemplo disso são as redes sociais, em que o seu uso potencializou a ligação a grupos que ainda não tínhamos conseguido alcançar. Começamos também a publicar os nossos conteúdos que dantes só estavam disponíveis no próprio Fm e, atualmente, os ouvintes podem ouvir a qualquer hora, como acontece, por exemplo, com os nossos podcasts. Estas situações ajudaram a divulgar ainda mais o nosso trabalho, e, por conseguinte, a nossa região.

**8. Pensando no caso particular da Alto Minho FM, verificaram-se mudanças ao nível da programação, com o advento da Internet e das novas tecnologias? Que tipo de mudanças?**

A rádio foi evoluindo ao longo dos anos e a Internet é só uma oportunidade para chegarmos mais longe. A Internet proporcionou o facto de conseguirmos comunicar com mais cidadãos e, nesse sentido, a comunicação passou a abranger mais ouvintes. Também ajudou a construir novos conteúdos e novos programas. Uma ferramenta que mostra isso são as redes sociais, em que não mostramos só a informação visto que também podemos partilhar outro tipo de conteúdos, como, por exemplo, o caso da videoreportagens, e também é possível divulgar aspetos da rádio que antigamente só quem trabalhava nas emissoras teria acesso. Assim, as rádios são uma minitelevisão e esses aspetos moldaram a rádio que existia há 30 anos, tendo em conta que a radiofonia era só a voz, e atualmente, ela é voz e imagem.

**9. Em termos de produção e distribuição de conteúdos, qual a importância que a Alto Minho FM atribui a sites de redes sociais como o Facebook, o Instagram ou o Twitter?**

Já não é possível fazermos rádio sem a existência das redes sociais e da tecnologia em geral. O consumo do FM perdeu o espaço que tinha com o passar do tempo. Um fator para isso é a situação de que as pessoas passaram a ter uma vida agitada, fazendo com que passassem a ouvir menos rádio, mas estão mais presentes nas redes sociais e na Internet. Ao fazer rádio temos que ver onde estão as pessoas e estas ferramentas são uma maneira de chegarmos a elas. Basicamente, a linha condutora é esta: Mudam os hábitos de consumo e nós mudamos a nossa forma de trabalhar para conseguirmos alcançar a audiência.

#### **10. Considera que o futuro das rádios locais passa cada vez mais pela Internet? Porquê?**

Acredito que a Internet vai continuar a ser uma ferramenta essencial para o trabalho das rádios. Não sei se o futuro das emissoras radiofónicas vai passar exclusivamente pela Internet, mas penso que uma boa parte do trabalho das rádios irá precisar das novas tecnologias. As rádios serão cada vez mais minitelevisões e estarão cada vez mais fortes no digital. Essa situação será uma forma de se assumirem e de divulgarem o seu trabalho para chegarem a mais pessoas, visto que é no digital que estão os ouvintes. As pessoas estão mais na Internet e nós também temos que estar lá.

##### **10.1. Nesse sentido, qual é o espaço que a multimédia ocupa na Alto Minho Fm? E porquê a aposta numa aplicação?**

Vem tudo na mesma lógica, ou seja, estarmos perto das pessoas. Se as pessoas estão cada vez mais no digital, nós temos que fazer o mesmo e a aplicação móvel surgiu por causa dessa mesma necessidade, o de estarmos perto do nosso público. A nossa aposta tem incidido nesse aspeto e as ferramentas digitais tornaram-se uma necessidade de trabalho.

### **III. As rádios locais e a Internet: entre desafios e as oportunidades**

#### **11. Qual a importância que os *podcasts* podem ter no futuro das rádios locais?**

Os *podcasts* facilitam o acesso a determinados conteúdos, que de outra forma as pessoas não ouviriam. Antes de existir a Internet e antes de se ter criado a possibilidade de alojar na web e na *cloud* os conteúdos, as pessoas estavam sujeitas a ouvir as emissões no imediato, ou seja, no momento em que o programa ia para o ar. Porém, nós sabemos, tal como acontece com as televisões, que nós puxamos para trás para vermos um determinado conteúdo ou seleccionar esse mesmo conteúdo, porque não foi

possível ter disponibilidade para ver a determinada hora. Isto acontece com uma maior frequência por causa da vida agitada e existe a necessidade de as pessoas escolherem o que querem ver e a que horas e os *podcasts* vêm nessa mesma sequência. Nessa linha de funcionamento, o facto de disponibilizarmos os conteúdos em formato digital para as pessoas não perderem os programas é uma mais-valia para nos ajudar a não perder um tipo de audiência, pensando que elas poderiam não conseguir ter acesso se não fosse desta forma.

**13. Na sua opinião, os *podcasts* devem ser conteúdos autónomos ou diretamente ligados à programação das rádios? Porquê?**

As rádios estão a apostar nas duas vertentes. Nós, na Alto Minho FM, estamos a trabalhar com conteúdos radiofónicos presentes na grelha de programação e que, mais tarde, colocamos no site da emissora. Nós costumamos disponibilizar primeiro na emissora e privilegamos esse tipo de funcionamento. Mas, efetivamente, já temos alguns conteúdos que estão unicamente direcionados para o público que está na rede. Casos disso são o programa De Tasca em Tasca e eles são conteúdos para as pessoas consumirem no digital. Outros aspetos são as vídeoreportagens que só são disponibilizados no site e redes sociais da rádio.

**14. Que importância têm os *podcasts* na estratégia digital seguida pela Alto Minho FM?**

São uma ferramenta para chegar às pessoas. Não temos interesses comerciais e também não temos trabalhado de forma empresarial ou comercial. É apenas serviço público e tentamos disponibilizar para que as pessoas tenham acesso aos conteúdos. Vai continuar a ser uma aposta.

**15. Quais os projetos de futuro que a Alto Minho FM tem em termos de produção de *podcasts*?**

O podcast será sempre visto como uma forma de complementar o trabalho que a rádio habitualmente faz. Portanto, qualquer novo programa que surja será sempre pensado nas duas vertentes, a vertente da rádio e a vertente do digital. Hoje em dia, ao fazer rádio, pensamos sempre nas duas áreas.

# **Anexo IV. Entrevista a Celso Carolhosa**

## **I. Caracterização dos entrevistados**

### **1. Nome e idade?**

Celso Carolhosa, 49.

### **2. Função que desempenha na Rádio Alto Minho FM?**

Departamento técnico da Alto Minho FM.

### **3. É radialista/locutor/jornalista há quantos anos?**

30 anos.

### **4. Breve descrição do percurso profissional até chegar à Rádio Alto Minho FM?**

Começou numa rádio pirata e fez uma formação num dos primeiros cursos da TSF.

### **5. Há quantos anos desempenha a atividade enquanto profissional nesta rádio?**

30 anos

## **II. As rádios locais e a Internet: entre desafios e as oportunidades**

### **6. Considera que a Internet e as novas tecnologias afetaram o funcionamento das rádios locais? Que áreas foram mais afetadas pelas mudanças/transformações?**

A Internet e os computadores foram uma revolução. A rádio, antigamente, era mais pomposa e existiam mais equipamentos. Também eram necessárias mais pessoas para conduzir as emissoras radiofónicas e tudo era mais visível. Hoje em dia, isso já não acontece. Agora basta ter um computador, um bom microfone e com isso é possível fazer rádio. Também deixamos de precisar dos cds e das músicas, porque eles ficaram guardados em ficheiros. No caso concreto das mudanças provocadas pela Internet, reflete-se com o facto de nós sermos uma rádio local e, com a rede, nós deixamos de nos restringir a essa tipologia. Isso acontece, porque agora ela pode ser ouvida em qualquer lado, não através do FM, mas sim, através da Internet. Essa situação não tira qualidade à emissão, uma pessoa que esteja na Austrália pode ouvir a rádio.

**7. Na sua opinião, com a Internet e as novas tecnologias as rádios locais passaram a ter mais oportunidades? Que tipo de oportunidades? A que níveis (conteúdos, programação, contacto com os ouvintes, etc)?**

Este foi o setor que beneficiou mais com as novas tecnologias e elas ajudaram a aperfeiçoar e a facilitar o mundo da rádio. Hoje ela é melhor trabalhada do que há 20, 30 anos por causa das novas tecnologias.

**8. Pensando no caso particular da Alto Minho FM, verificaram-se mudanças ao nível da programação, com o advento da Internet e das novas tecnologias? Que tipo de mudanças?**

Antigamente tínhamos muitas pessoas a trabalhar na rádio e ela era feita por muita gente. Com as novas tecnologias conseguiu-se fazer o mesmo trabalho, de uma forma melhor e com menos pessoas. A rádio não abunda em recursos e não pode pagar a toda a gente e os recursos humanos foram diminuindo. Nas rádios nacionais, com a Internet, houve realmente um ajustar dos recursos humanos e só assim é que as coisas podem ser viáveis, se não fosse assim, seria impossível.

**9. Em termos de produção e distribuição de conteúdos, qual a importância que a Alto Minho FM atribui a sites de redes sociais como o Facebook, o Instagram ou o Twitter?**

Considero que as redes sociais são um mal, mas necessário, ou seja, às vezes existe a tentação de pormos as coisas primeiro na Internet e depois na rádio. Só que, com isso, estamos a tirar o brilho da rádio. Quer isto dizer que a rádio deve ser a primazia. Se não tivéssemos a rádio, podíamos fazer rádio na Internet e podem existir milhões assim. Nas rádios em Fm isso já não acontece, portanto são as que existem, encontram-se licenciadas e já não podem existir mais. Nesse sentido, se nós não valorizarmos o conteúdo na emissão da rádio estamos, no fundo, a desvirtuar o processo. Se estamos a fazer tudo para a Internet e se não dermos primazia à rádio, o FM deixa de fazer sentido. Deve-se dar prioridade ao FM e depois fazer refletir os conteúdos nas redes sociais, ou seja, não se deve partilhar primeiro nessas plataformas digitais. Na Alto Minho FM ainda conseguimos fazer esse equilíbrio, mas se chegar uma época em que só produzimos para as redes sociais, a rádio acaba e tudo pode desmoronar.

**10. Considera que o futuro das rádios locais passa cada vez mais pela Internet? Porquê?**

O futuro da rádio não pode viver sem a Internet, mas como eu já disse, nós devemos dar primazia à nossa principal função que no fundo é fazer rádio, incluindo a

informação e o entretenimento. Podemos fazer uma coisa e depois transportá-la para a Internet. Outro aspeto fundamental para a rádio também passa pela própria especialização, visto que ela não pode ser generalista e deve optar pelos nichos, por exemplo, incidir nas camadas mais jovens ou para donas de casa. Ou seja, não deve seguir o caminho de tentar agradar a gregos e troianos. É na especialização que as coisas vingam e não é possível, como tentam as diversas emissoras, abranger a maior parte do público. Um dos factos que comprova isso mesmo é a ideia de que não se consegue fidelizar todas as pessoas. Acredito que as emissoras generalistas que não têm este cenário em atenção têm os dias contados.

### **10.1 Qual é o espaço que a multimédia ocupa na Alto Minho FM? Porquês a aposta numa aplicação?**

A multimédia é um aspeto complicado, porque temos que estar sempre a atualizá-la. Não podemos pegar numa coisa e fazer um investimento a longo prazo, por causa de o risco de ela ficar desatualizada. Esse aspeto é caro e oneroso e acaba por não nos dar dinheiro. Quem nos paga, no fundo, é a rádio. A multimédia será um complemento e pode nos ajudar a vender o nosso produto, mas não nos dão uma mais-valia para colmatar as nossas despesas.

## **III. As rádios locais e a Internet: entre desafios e as oportunidades**

### **11. Qual a importância que os *podcasts* podem ter no futuro das rádios locais?**

São muito importantes, mas deve-se dar primazia à rádio. Os *podcasts* devem surgir depois da rádio, ou seja, não se pode colocar um programa no ar e em simultâneo no podcast, porque estamos a desvirtualizar a rádio. Apesar disso é um mecanismo bom, porque, antigamente, as pessoas para ouvirem um determinado conteúdo que já tinha passado na emissão era complicado. Tinham que pedir para ter acesso a ele. Hoje isso já não acontece. Temos um programa na rádio e a seguir colocamos nas redes sociais ou para o podcast e fazemos o alojamento online, ficando, assim disponível na rede e qualquer pessoa pode aceder.

### **12. Considera que os *podcasts* podem ajudar as rádios locais a conquistar novos ouvintes?**

Considero fundamental isso, mas sempre priorizando a rádio

**13. Na sua opinião, os *podcasts* devem ser conteúdos autônomos ou diretamente ligados à programação das rádios?**

Já foi respondido.

**14. Que importância têm os *podcasts* na estratégia digital seguida pela Alto Minho FM?**

Tem importância como também tem outras coisas. Deve-se pensar como um todo, não são só os *podcasts* que contam, visto que as notícias e o entretenimento também fazem parte do sistema. E são esses segmentos que fazem sobressair o podcast visto que são um todo. As rádios já não podem viver sem a multimídia e sem marcarem presença na web.

**15. Quais os projetos de futuro que a Alto Minho FM tem em termos de produção de *podcasts*?**

No fundo, o que é hoje não é amanhã. Temos que ir acompanhando as tendências que vão aparecendo. Vemos isso nas redes sociais, por exemplo, o caso do Tik Tok. É uma coisa que se calhar não estamos a dar a devida atenção e pode acontecer que ela seja mais importante do que outra rede social. Hoje temos algo que nos parece imprescindível, mas as coisas mudam muito rápido e para isso temos que estar atentos e agarrar os mecanismos dentro das nossas possibilidades.

# Anexo V. Entrevista a Miguel Costa

## I. Caracterização dos entrevistados

### 1. Nome e idade?

Miguel Costa, 49 anos.

### 3. Função que desempenha na Rádio Alto Minho FM?

Sócio-gerente na Alto Minho FM, administrador e animador.

### 4. É radialista/locutor/jornalista há quantos anos?

Miguel Costa encontra-se ligado ao mundo da rádio há 30 anos, mas de forma profissional conta com 25 anos

### 5. Breve descrição do percurso profissional até chegar à Rádio Alto Minho FM?

Com dezoito anos teve uma experiência de verão numa rádio. Para isso participou num casting de uma emissora pirata e ficou sempre a fazer programas. Mais tarde é convidado para apresentar o programa da manhã da Alto Minho FM

## II. As rádios locais e a Internet: entre desafios e as oportunidades

### 6. Considera que a Internet e as novas tecnologias afetaram o funcionamento das rádios locais? Que áreas foram mais afetadas pelas mudanças/transformações?

As novas tecnologias afetaram de uma forma transversal toda a sociedade e a rádio não foi exceção. As rádios acabam por beneficiar com estas novas ferramentas e tecnologias, como acontece com outros meios de comunicação social e, cada um, conseguiram explorar e adequar de forma diferente estas possibilidades.

### 7. Na sua opinião, com a Internet e as novas tecnologias as rádios locais passaram a ter mais oportunidades? Que tipo de oportunidades? A que níveis (conteúdos, programação, contacto com os ouvintes, etc)?

Nós, como rádio local, temos uma área de influência bastante restrita. Se nós temos possibilidade de emitir online para todo o mundo temos, logo ali, uma série de novos ouvintes que não estavam disponíveis de outra forma e isso é claramente uma

vantagem. Depois também temos a interação com as redes sociais. Este tipo de plataformas digitais tem ganho cada vez mais espaço e quem estiver disponível para trabalhar esta área acaba por conseguir moldar uma ferramenta válida para poder comunicar e para estar mais perto dos ouvintes. Nesse sentido, outra das vantagens reporta para a interação com o público visto que ela se torna mais imediata, porque o FM permite que os ouvintes nos acompanhem, mas nós não sabemos quem está do outro lado. Já no digital temos essa possibilidade.

**8. Pensando no caso particular da Alto Minho FM, verificaram-se mudanças ao nível da programação, com o advento da Internet e das novas tecnologias? Que tipo de mudanças?**

Tivemos que ajustar naturalmente. Hoje temos conteúdos que desenvolvemos a pensar nas redes sociais e quando criamos um programa refletimos também na forma como podemos utilizar nas plataformas digitais. Partilhamos conteúdos em direto para o FM e para as redes sociais. Vamos investir cada vez mais na comunicação e na imagem.

**9. Em termos de produção e distribuição de conteúdos, qual a importância que a Alto Minho FM atribui a sites de redes sociais como o Facebook, o Instagram ou o Twitter?**

São importantes no sentido de que muitos dos nossos ouvintes que nos seguem estão disponíveis mais tempo nas redes sociais. Portanto, temos que estar atentos a essa situação.

**10. Considera que o futuro das rádios locais passa cada vez mais pela Internet? Porquê?**

Acredito que o futuro passará sempre por estarmos ajustados em relação às tendências da utilização desses meios, meios digitais e, naturalmente, as redes sociais. Parece-me que é inevitável. Se nós compreendermos a forma como a sociedade se comporta no contexto do consumo desses meios, vamos ter sempre possibilidade de estar perto dela. Se fizermos ao contrário muito dificilmente conseguiremos sobreviver.

**10.1 Qual é o espaço que a multimédia ocupa na Alto Minho FM? Porquê a aposta numa aplicação?**

O papel da multimédia é enorme. Nós hoje não conseguiríamos sobreviver sem estarmos presentes nas plataformas digitais, naquilo que são os media digitais. Ou seja, atualmente não consigo ver a Alto Minho sem a página a funcionar, e, por conseguinte,

a plataforma e sem as redes sociais. Muito dificilmente conseguiria trabalhar sem esta ligação e sem esta conexão.

### **III. As rádios locais e a Internet: entre desafios e as oportunidades**

#### **11. Qual a importância que os *podcasts* podem ter no futuro das rádios locais?**

O podcast tem uma vantagem extraordinária, porque permite fazer um arquivo daquilo que é o nosso trabalho e as pessoas podem consultar quando tiverem disponibilidade para o fazer. Portanto, existe realmente uma vantagem. Antigamente sempre que nós fazíamos um programa e quando existia alguém que não o conseguia ouvir, a solução era pedir a gravação e ela era remetida para que depois pudessem acompanhar. Hoje isso já não acontece. Nós temos os conteúdos disponíveis através da nossa página online e o podcast fornece logo essa vantagem. Por outro lado, os ouvintes que estão ligados à rádio têm sempre os conteúdos no site para consultar. A proximidade está sempre lá.

#### **12. Considera que os *podcasts* podem ajudar as rádios locais a conquistar novos ouvintes?**

O podcast acaba por despertar a curiosidade dos que não ainda não conhecem o FM, porque se os ouvintes gostarem do que encontram no online, vão acabar por querer conhecer mais sobre as rádios em questão.

#### **13. Na sua opinião, os *podcasts* devem ser conteúdos autónomos ou diretamente ligados à programação das rádios? Porquê?**

Estará sempre ligado à programação. Os *podcasts* derivam sempre do que aconteceu na emissão, mesmo que sejam conteúdos que ficam ali de forma isolada. Não é a gravação total da emissão, ou seja, é apenas uma parte daquele dia ou momento que ficou registado e que pode ser consultado.

#### **14. Que importância têm os *podcasts* na estratégia digital seguida pela Alto Minho FM?**

O podcast tem um papel muito interessante no sentido de que cada vez mais as pessoas conhecem essa possibilidade e passam, assim, a explorá-la. E, à medida que isso é usado de uma forma cada vez mais recorrente, nós, naturalmente, acabamos por valorizar esse conteúdo e essa solução digital. Nesse sentido, reforça-se o que já disse anteriormente, o facto de estarmos atentos às novas tendências e os hábitos de

consumo e, de facto, temos aqui uma ferramenta que ajuda as pessoas a estar mais perto e a conhecerem a rádio e o que nós fazemos e fizemos. Com isso, os ouvintes dão preferência ao consumo neste contexto, ou seja, através do digital. Naturalmente, que nós estaremos sempre disponíveis para encontrar respostas que vão ao encontro dessa mesma procura.

**15. Quais os projetos de futuro que a Alto Minho FM tem em termos de produção de *podcasts*?**

Temos sempre novos projetos. Tenho uma especial necessidade de estar sempre a desenvolver novas iniciativas. Porém, temos o contexto da Covid-19 que nos limita no desenvolvimento desses projetos e dessas ações que estavam já previstas. Mesmos assim, continuamos a ter novas ideias e desafios para o futuro e, naturalmente, que o podcast é um recurso que vamos continuar a dar atenção e, por conseguinte, tentar melhorar e valorizar essa ferramenta.