A ESTRATÉGIA DA INFORMAÇÃO NA RÁDIO EM PORTUGAL: UM ESTUDO DE CASO COMPARATIVO ENTRE A EMISSORA DE SERVIÇO PÚBLICO ANTENA 1 E A RÁDIO DE SERVIÇO PRIVADO RENASCENÇA

Ana Isabel Fernandes e Silva

Politécnico de Viseu
Educação

A ESTRATÉGIA DA INFORMAÇÃO NA RÁDIO EM PORTUGAL: UM ESTUDO DE CASO COMPARATIVO ENTRE A EMISSORA DE SERVIÇO PÚBLICO ANTENA 1 E A RÁDIO DE SERVIÇO PRIVADO RENASCENÇA

Ana Isabel Fernandes e Silva

Proposta de investigação no âmbito do mestrado em Comunicação Estratégica, efetuado sob a orientação do Professor Doutor Miguel Midões

Outubro de 2022

Politécnico de Viseu

Escola Superior de Educação de Viseu

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE CIENTÍFICA

Ana Isabel Fernandes e Silva, n.º9225 do curso de Mestrado em Comunicação Aplicada - Ramo Comunicação Estratégica, declara sob compromisso de honra, que o Projeto Final é inédito e foi especialmente escrito para este efeito.

Viseu, 11/11/2022

O aluno, Ana Isabel Fernandes e Silva

Agradecimentos

Um projeto muito desejado, que superou todas as expectativas. Um ano com muitos altos e baixos, mas com muitos mais altos do que baixos. Um projeto escrito por mim, mas feito por muitos. A maioria nem saberá que contribuiu, de alguma forma, para a realização desta investigação.

Um ano passou, um estudo e dois estágios. As experiências na rádio pública e na rádio privada. Aprendi muito, mais do que poderia imaginar, graças aos que, por sorte, se cruzaram comigo neste caminho.

O primeiro agradecimento atribuo à pessoa que tornou possível a presente investigação. Ao Professor Doutor Miguel Midões, por ter acreditado em mim e neste projeto, desde o primeiro dia. Pelo acompanhamento constante, pelas respostas às muitas questões que fui colocando, pela orientação, pelas indispensáveis bases científicas e pela competência não só profissional, mas também humana.

O segundo agradecimento dedico aos que estão sempre disponíveis para mim. À minha família, o meu lugar seguro. Obrigada pelo apoio, pelas palavras e por compreenderem a ausência. A eles devo tudo.

O terceiro agradecimento dedico aos meus companheiros da Antena 1. Ao Miguel Soares e à Rosa Azevedo por, de uma forma especial, terem-me feito sentir parte da equipa, desde o primeiro dia. Dois profissionais que admiro, agora, para lá de qualquer estúdio ou redação. Ao Diogo Pereira, ao João Couraceiro, à Eduarda Maio, ao Nuno Moura Brás, pelos conselhos e orientações profissionais e pela constante disponibilidade.

Um agradecimento especial à equipa técnica, em particular, aos meus amigos Rui Fonseca, Edgar Barbosa e João Barros. Obrigada por me terem recebido da melhor forma possível, pelas palavras de encorajamento, pelos incentivos e pela paciência nas muitas horas passadas em estúdio.

Palavras de agradecimento para a pessoa que mais me tem inspirado, nos últimos anos, pelo belo caminho que tem vindo a desbravar neste meio da rádio e do jornalismo. À Cláudia Martins, pela amizade, pela transmissão de conhecimento e pelo rigor profissional.

Um agradecimento muito importante à Cláudia Aguiar Rodrigues, ao Miguel Bastos, ao Fernando Eurico e ao Nuno Amaral. Jornalistas que honram a profissão e que marcaram este meu percurso e muito me ensinaram.

Obrigada à Rádio Renascença, por me ter aberto as portas, quando eu mais precisava.

Um agradecimento especial ao Sérgio Costa, pelas orientações, por demonstrar confiança no meu trabalho e pela disponibilidade e interesse em ouvir as minhas sugestões. Obrigada ao Hugo Monteiro, à Teresa Almeida e ao Pedro Mesquita, pelo apoio, pelas palavras de incentivo e pelo conhecimento que me transmitiram.

Sinto-me privilegiada por me ter sido dada a oportunidade de conhecer e trabalhar ao lado de profissionais tão generosos e, por isso, não poderia deixar de mencioná-los aqui. Ao Paulo Teixeira, ao Henrique Cunha, ao Raúl Santos, à Daniela Espírito Santo, à Núria Melo, à Maria João Cunha, ao Vítor Mesquita, à Inês Rocha e ao André Rodrigues.

Obrigada a todos aqueles que me ajudaram a preencher as folhas desta tese.

As linhas escritas nesta investigação têm som. O silêncio, as vozes e, sobretudo, as gargalhadas.

Resumo

Há muito que se fala do possível desaparecimento da rádio, desde o aparecimento da televisão, à chegada da internet e das redes sociais. A verdade é que tem vindo a constatar-se uma evolução deste meio de comunicação tradicional e uma adaptação aos novos tempos. Numa altura em que é tão fácil divulgar e chegar a mais pessoas ao mesmo tempo, torna-se importante perceber de que forma são produzidas as notícias, tentando perceber a credibilidade dos órgãos de comunicação social, nomeadamente a rádio, durante a rotina produtiva, independentemente do setor em que se enquadram, público ou privado.

Este trabalho pretende analisar e perceber quais as estratégias utilizadas pela rádio de serviço público na construção do seu serviço de informação, mais especificamente o caso da sua rádio principal, a Antena 1, comparando com a construção noticiosa desenvolvida pela emissora privada, Rádio Renascença.

Esta pesquisa envolve uma metodologia mista, estruturada com base numa análise quantitativa a quinze dias de noticiários de ambas as rádios, suportada depois com uma análise qualitativa, fundada em quatro entrevistas a elementos das emissoras, nomeadamente editores e diretores de informação, bem como de observação participante realizada ao longo de dois estágios curriculares presenciais nas respetivas redações.

Neste estudo comparativo tenta-se perceber quais as diferenças na escolha das temáticas abordadas e no género jornalístico usado para a sua divulgação, assim como em que medida é que as fontes podem influenciar a rotina produtiva das notícias. A pesquisa foca-se ainda a tentar perceber se uma rádio gerida com financiamento do Estado (Antena 1) e uma rádio detida pela Igreja Católica (RR) transparecem no seu serviço noticioso o peso destas instituições e se a estratégia informativa das emissoras é moldada por esta realidade.

Palavras-chave: Rádio de Serviço Público e de Serviço Privado; Estratégia Informativa; Influência do Estado e da Igreja.

Abstract

There has been a lot of talk about the possible disappearance of radio, since the appearance of television, the arrival of the internet and social networks. The truth is that there has been an evolution of this traditional means of communication and an adaptation to new times. At a time when it is so easy to disseminate and reach more people at the same time, it is important to understand how the news is produced, trying to understand the credibility of the media, namely the radio, during the production routine, regardless of sector in which they belong, public or private.

This work intends to analyze and understand the strategies used by the public service radio in the construction of its information service, more specifically the case of its main radio, Antena 1, comparing with the news construction developed by the private broadcaster, Rádio Renascença.

This research involves a mixed methodology, structured on the basis of a quantitative analysis of fifteen days of news from both radios, later supported by a qualitative analysis, based on four interviews with elements of the stations, namely editors and information directors, as well as observation. participant carried out over two on-site curricular internships in the respective newsrooms.

In this comparative study, we try to understand the differences in the choice of topics addressed and in the journalistic genre used for their dissemination, as well as to what extent the sources can influence the productive routine of the news. The research also focuses on trying to understand if a radio managed with State funding (Antena 1) and a radio owned by the Catholic Church (RR) show in their news service the weight of these institutions and if the information strategy of the stations is shaped by this reality.

Keywords: Public Service and Private Service Radio; Information Strategy; State and Church influence.

Índice

Introdução..... 1
PRIMEIRA PARTE..... 5
ENQUADRAMENTO TEÓRICO..... 5
1. História da rádio 6
1.1. Uma história marcada por "sentenças de morte" 10
1.2. Do aparecimento do serviço noticioso na rádio ao desafio da internet 12
1.3. A história da Antena 1 14
2.1. Características do Serviço Público de Radiodifusão..... 17
2.2. Objetivos do SPR..... 19
2.3. Obrigações 20
3. A estrutura da rádio pública em Portugal..... 20
3.1. Antena 1 20
3.2. Antena 2 21
3.3. Antena 3 22
3.4. RDP Internacional e RDP África..... 22
3.5. Antena 1 Açores, Antena 1 Madeira e Antena 3 Madeira..... 24
4. O que é o serviço privado e como se caracteriza 25
4.1. Serviço Privado de Radiodifusão: o caso Rádio Renascença 27
4.2. O papel da Renascença e da Igreja na Radiodifusão: do Estado Novo à atualidade... 30
4.3. Estratégias de informação na rádio privada seguidas pela rádio pública 32
5. Jornalismo radiofónico 34
5.1. Características e especificidades..... 36
5.2. O som..... 37
5.3. A voz..... 38
5.4. A escrita..... 39
5.5. Rotina produtiva na informação da rádio 41
5.7. Fontes de informação..... 48
SEGUNDA PARTE: 51
OS ESTÁGIOS NA ANTENA 1 E NA..... 51
RÁDIO RENASCENÇA..... 51
1. A experiência na Antena 1..... 55
1.1. Rotinas produtivas 56
1.1.1. Saídas em reportagem..... 58
1.1.2. Notícias/Peças 60
1.1.3. Contacto com as fontes/protagonistas 62

2. A importância do editor 63
3. A experiência na Rádio Renascença 66
3.1. Rotinas Produtivas 67
3.1.1. Notícias, Peças e Reportagens 68
4. O estudo 71
4.1. Metodologias adotadas 71
4.3. Apresentação de Resultados 74
4.3.1. Análise dos resultados aos noticiários da Antena 1 74
4.4. Análise das entrevistas 84
4.4.1. Entrevistas Antena 1 84
4.4.2. Entrevistas Rádio Renascença 86
Discussão de Resultados 88
Conclusão 93
Bibliografia 97

INTRODUÇÃO

A rádio enquanto meio de informação "procura, acima de tudo, difundir factos no menor espaço temporal possível desde a sua ocorrência" (Bonixe, 2012, p. 49).

Numa altura em que há uma diversidade de meios e plataformas digitais tão vasta, e é possível consumir informação a todo o instante e em qualquer parte do mundo, torna-se cada vez mais pertinente fazer uma escolha criteriosa dos meios nos quais se consome informação. Assim como, por outro lado, um meio de comunicação tradicional, como é o caso da rádio, agora mais do que nunca, está em constante avaliação por parte da sua audiência. O jornalismo precisa ser, hoje, tão ou mais fidedigno. Os princípios que regem esta profissão têm de ser minuciosamente bem aplicados, uma vez que vivemos numa era em que o "clique" gera valor e, por isso, há muita desinformação. O compromisso diário com um número exato de noticiários, obriga a que exista uma seleção rigorosa dos temas a tratar. "São estes fatores e outros, como a mobilidade, instantaneidade e proximidade que levam a caracterizar o jornalismo praticado nas rádios, como um jornalismo de escrita rigorosa" (Santos, 2016, p. 16).

A rádio, mais do qualquer outro meio, está em constante evolução, basta olharmos para as redes sociais para percebermos isso. A grande maioria das estações de radiodifusão estão presentes nos meios digitais. Só assim consegue acompanhar a evolução da sociedade e manter-se atualizada. Hoje, a rádio está mais moderna, mais personalizada e inteligente.

Na presente investigação propomo-nos a analisar a estratégia da informação da rádio em Portugal, fazendo uma comparação entre o serviço noticioso da rádio pública e da rádio privada, com estudo de caso da Antena 1 e da Rádio Renascença (RR).

Esta análise decorre através da observação participante durante três meses na redação da Antena 1, em Vila Nova de Gaia e, durante um período de dois meses na redação da Rádio Renascença, também em Vila Nova de Gaia. No decorrer desta investigação haverá espaços dedicados para a descrição mais pormenorizada destas experiências enquanto jornalista estagiária, contudo fica aqui um breve resumo daquilo que foi feito nas redações das duas rádios.

O estágio na Antena 1 teve início no dia 2 de novembro de 2021 e terminou a 30 de maio, com uma interrupção pelo meio entre 28 de janeiro a 23 de maio. No total, foram 70 dias de estágio. Durante todo este tempo, integrei o turno da Manhã 1, que decorre entre as 5h00 e as 12h00. As principais tarefas enquanto estagiária na Antena 1, eram praticamente iguais às dos restantes jornalistas da estação, entre elas: pesquisa de notícias, contacto com as fontes de informação, reuniões de redação, gravação de peças, saídas em reportagem, etc. Uma experiência muito gratificante, que quaisquer que sejam as palavras não irão fazer jus à aprendizagem e à bagagem profissional adquiridas.

O segundo estágio, realizado na redação da Rádio Renascença, começou no dia 6 de setembro e terminou a 31 de outubro de 2022. À semelhança do que aconteceu na Antena 1, na Rádio Renascença fiz parte do mesmo turno desde o primeiro até ao último dia de estágio. Participei no turno da Tarde, que decorre entre as 14h00 e as 20h00. Embora este tenha sido um estágio mais curto do que o realizado na Antena 1, foi dada a oportunidade para executar as mesmas tarefas de um jornalista da estação. Desde a produção de reportagens, elaboração de notícias, sugestões de temas, redação de textos para a página online, gravação de áudios, contacto com as fontes, etc. Foram dois meses ricos em experiências, com trabalho diário e uma integração excecional no turno.

A observação participante nesta investigação que pretende analisar e comparar o serviço noticioso da Antena 1 e da RR, torna-se fundamental para obter conclusões o mais próximo possível da realidade.

Posto isto, acerca dos métodos escolhidos para esta análise, foi escolhida uma metodologia mista, isto é, vamos aplicar métodos qualitativos e métodos quantitativos. Sendo esta investigação um estudo de caso comparativo, de acordo com Robert Yin (data), pode e deve ser descritivo da realidade, o que se pretende com esta pesquisa na Antena 1 e na Rádio Renascença. Assim sendo, através dos métodos qualitativos vamos proceder à análise da qualidade de conteúdos, através da observação participante, que engloba o envolvimento no processo de seleção, hierarquização e construção noticiosa. Esta observação participante será complementada com entrevistas aos membros da direção e aos editores das duas emissoras, o que dá um total de quatro entrevistados.

Quanto aos métodos quantitativos vamos analisar o conteúdo dos noticiários da Antena 1, entre 8 e 26 de novembro de 2021, e da RR, entre 10 e 28 de outubro de 2022, com categorização para quantificar as temáticas abordadas, os géneros jornalísticos e as fontes de informação utilizadas.

Esperamos, no final desta investigação, que os resultados sejam claros e consigam dar uma resposta efetiva às perguntas que orientam esta investigação: qual a estratégia da informação de uma rádio de serviço público e de uma rádio privada? Sendo a Antena 1 uma rádio de serviço público e a Rádio Renascença uma emissora de inspiração católica, existe total imparcialidade e independência da informação? Representando o serviço público de radiodifusão e sendo financiada pelo Estado, que peso têm as fontes oficiais e estatais na informação da Antena 1? Pertencente ao Patriarcado de Lisboa e à Conferência Episcopal Portuguesa que influência têm estes gestores nos conteúdos informativos? A presença do Estado na informação da Antena 1 é mais forte do que a que existe na Rádio Renascença? A estratégia da rádio pública passa por abordar mais notícias enquadradas na categoria de Política? A estratégia da Rádio Renascença passa por abordar mais assuntos religiosos?

A desinformação diária divulgada por diferentes meios de comunicação e a escassez de estudos, em Portugal, sobre o radiojornalismo dos dias de hoje, levam à pertinência desta investigação.

Importa, por isso, esclarecer que este estudo é do interesse social e individual, na medida em que pretende contribuir para um melhor conhecimento do público em relação ao funcionamento da produção noticiosa em dois meios de comunicação distintos. Funcionamento esse que importa, como falado anteriormente, para uma escolha fidedigna por parte da sociedade dos meios escolhidos para obter informação. Orientada por estas premissas, a investigação procura perceber qual é a estratégia da informação da rádio de
serviço público e de uma rádio privada, fazendo uma comparação entre elas.

A nível pessoal, este estudo surge de um interesse pelos meios de radiodifusão e pelo jornalismo. O percurso profissional na rádio suscitou uma maior curiosidade pelo meio, trouxe questões e fez crescer a necessidade de investigar este meio que tem tanto por descobrir. Ainda há poucos estudos sobre a forma como se faz jornalismo nas rádios em Portugal, e ainda mais reduzidos são os que comparam os diferentes órgãos de comunicação.

Depois de abordarmos e analisarmos os resultados, é expectável que existam algumas diferenças entre os serviços noticiosos da Antena 1 e da Rádio Renascença. Duas rádios com um público distinto, enquadradas em setores diferentes, - público e privado – e com algumas diferenças já evidenciadas na forma de atuação. Acreditamos, por isso, que à partida, os princípios do jornalismo serão os mesmos nas duas redações,

embora possam existir mudanças na forma como pensam, fazem e apresentam as notícias.

Este trabalho está dividido em três partes principais: a primeira fase é dedicada ao enquadramento teórico, no qual abordamos os conceitos presentes nesta investigação. Num primeiro momento contextualizamos o serviço público e afunilamos o estudo até ao estudo de caso da Antena 1. Logo de seguida, é utilizado o mesmo método, desta vez analisando o serviço privado e a Rádio Renascença. Uma vez que esta investigação analisa o serviço noticioso de duas emissoras de radiodifusão, procedeu-se à realização de um capítulo dedicado ao jornalismo radiofónico.

A segunda parte do estudo é dedicada aos dois estágios realizados nas redações destas emissoras. Num primeiro momento, fazemos uma descrição das experiências e, depois, apresentamos os dados obtidos.

Por fim, no último capítulo, fazemos a análise dos resultados, bem como a sua discussão, e as possibilidades que ficam em aberto para novas investigações.

PRIMEIRA PARTE:

ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1. História da rádio

A rádio que hoje conhecemos está diferente desde o seu aparecimento. É talvez um dos meios de comunicação mais mutável, pelo menos é isso que tem demonstrado ao longo dos mais de cem anos de existência (Cunha, p. 10).

Recuamos ao século XIX, ao ano de 1863, altura em que o escocês James Maxwell demonstrou, teoricamente, a existência de ondas eletromagnéticas. Teoria essa confirmada, anos mais tarde, por Henrich Rudolph Hertz, responsável pela criação de aparelhos emissores e detetores de ondas de rádio.

Posteriormente, no ano de 1895, várias experiências bem-sucedidas foram feitas, por diferentes físicos em Itália, na Rússia, no Brasil e até nos Estados Unidos, mas foi Marconi que, em 1896, deu início às primeiras experiências da Telefonia Sem Fio, conseguindo dois anos mais tarde transmitir a primeira mensagem (Mendonça, 2015).
Pouco tempo depois, a Telegrafia Sem Fios chegou a Portugal. Há estudos que revelam que as primeiras experiências foram realizadas em março de 1901, no âmbito militar (Silva, 2005). Desde essa descoberta até ao primeiro programa de rádio poucos anos passaram.

Há mais de um século que o mundo ouviu pela primeira vez uma emissão de rádio. Na noite de Natal de 1906, em Massachussets, nos Estados Unidos, o canadiano Reginald Fessenden[1] deu ao mundo aquela que é considerada a primeira emissão radiofónica. Durante a transmissão, tocou no seu violino uma música natalícia e leu algumas passagens da Bíblia, terminando a emissão com uma mensagem de boas festas (Pacheco, 2010).

Quase uma década depois, o feito repetiu-se em Portugal. A 24 de abril de 1914, pela voz de Fernando Cardelho de Medeiros[2] foi emitida aquela que é considerada a primeira transmissão radiofónica em Portugal. Para esta emissão experimental foram precisos um gramofone de campânula e alguns discos emprestados para dar início à emissão, na qual leu alguns tratados franceses sobre Telegrafia Sem Fios e transmitiu o Festival de Wagner.

[1] Inventor conhecido pelo seu trabalho pioneiro no desenvolvimento de tecnologia de rádio
[2] Aluno de engenharia, aficionado por Telegrafia Sem Fios

Uma década depois do primeiro programa de rádio, surgem as primeiras emissões regulares, em Lisboa, no CT1AA – Estação Rádio de Lisboa[3].

Em outubro de 1925 inaugurou um posto emissor cujas características principais eram a existência de programação regular e a continuidade das emissões, sendo que foi a primeira estação, em Portugal, enquadrada no conceito de radiodifusão moderna (Portela, 2011).

A Estação Rádio de Lisboa foi criada por Abílio Nunes dos Santos, em outubro de 1925, considerado "o pai da radiodifusão em Portugal" (Maia, 2009, p.85).

Outro nome impulsionador da rádio em Portugal é o de Jorge Botelho Moniz, um oficial do exército que marcou a história da rádio em Portugal ao fundar, em 1931, a maior estação de rádio comercial no país – a Rádio Clube Português.

> O nome de Jorge Botelho Moniz e o seu indicativo também ficaram na história da rádio, pelo primeiro relato radiofónico de um jogo de futebol, em 1933, entre as seleções de Portugal e Hungria (Santos, 2005).

A década de 30 ficou marcada em Portugal pelo aparecimento das três principais estações de radiodifusão, que perduraram até ao golpe militar. Depois da Rádio Clube Português (1931), a Emissora Nacional surge a 4 de agosto de 1935. A emissora que é hoje conhecida como Antena 1 foi durante décadas o principal meio de comunicação do regime salazarista, já que tinha sido criada para servir os interesses do Estado, que via na rádio uma excelente forma de comunicar (Mendonça, 2015).

Um ano depois, ainda em fase experimental, nasce a Rádio Renascença (RR), uma estação de radiodifusão com raízes católicas e que, em 1937, assegura emissões contínuas. Este triângulo dominou a oferta de radiodifusão em Portugal durante o século XX: a Rádio Clube Português, a Emissora Nacional e a Rádio Renascença.

No dia que marcou o fim do regime salazarista e o início da democracia em Portugal (25 de abril de 1974), a rádio assumiu um papel preponderante, pois foi através da rádio que foram transmitidos os "códigos" que deram início ao movimento das Forças Armadas. Os militares ocuparam os estúdios da Emissora Nacional e da Rádio Clube Português e deram início à revolução.

[3] CT1AA era um emissor, não existiam rádios com a marca, como conhecemos hoje. As primeiras emissoras ficaram conhecidas pelo código que recebiam na entidade (os Correios e Telégrafos) que emitiam o alvará de emissão.

O pós 25 de Abril ficou marcado pelo aparecimento de várias rádios pirata. Durante quase uma década centenas de rádios, sobretudo locais, emitiam sem licença, numa altura em que ainda vigorava a lei da rádio de 1938. No final da década de 80, no auge dos rádios piratas, é publicada a nova Lei da Rádio prometida desde a Revolução.

Através de um concurso foram atribuídas frequências para rádios locais, algumas delas excluídas do processo de licenciamento. O Conselho de Ministros justificou o encerramento de muitas estações como um "garante do respeito pela imparcialidade" da Comissão Consultiva da Rádio, que avaliou os pedidos de licenciamento (Reis, p.15). Desde então, o exercício da atividade de radiodifusão passou a ser permitido apenas mediante a atribuição de alvará, obtida através de concurso público. No total, mais de 300 estações foram legalizadas em todo o país.

> Os primeiros anos dos rádios piratas em Portugal foram o palco para a tomada de consciência pública sobre a liberdade de expressão e de que a rádio poderia ter nesse âmbito um papel fundamental ajudando à consolidação de uma jovem democracia (Bonixe, 2011, p.11).

Quanto ao nível da cobertura, os serviços de programas podem ser de âmbito nacional, regional ou local. Relativamente aos conteúdos, existem rádios generalistas e temáticas, públicas e privadas. Destas, há generalistas públicas e privadas, com emissão nacional, regional ou local; e temáticas públicas e privadas, com emissão nacional, regional, local e em cadeia. Na generalidade, as estações organizam-se mais pela sua especialização musical ao nível do conteúdo dos programas e público-alvo, do que propriamente pela tematização (Cordeiro, 2005).

Atualmente, existem em Portugal seis serviços de programas radiofónicos nacionais, cinco serviços de programas radiofónicos regionais, cerca de 320 serviços de programas radiofónicos locais, um serviço de programa radiofónico local e regional e dois serviços de programas radiofónicos internacionais.

Todas elas são entidades privadas, à exceção das rádios que estão agregadas à RTP – Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Açores, RDP Madeira, – que para além de deter o serviço público de radiodifusão, tem também o de televisão.

A lei da rádio em Portugal ainda não inclui as rádios comunitárias, muito embora um mapeamento concretizado em 2020 comprove a existência deste terceiro setor de radiodifusão (Midões, 2021).

Atualmente, em Portugal existem 284 operadores de rádio, segundo os dados disponíveis no site da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC).

1.1. Uma história marcada por "sentenças de morte"

Em diversos momentos da sua já longa existência, foram vários aqueles que sentenciaram a morte da rádio, sobretudo aquando do aparecimento de outros meios como a televisão e, mais recentemente, a internet. No entanto, a rádio tem demonstrado ser um dos *media* mais adaptável.

Começamos pelo primeiro grande desafio que a rádio enfrentou até aos dias de hoje. Foi nos anos 50, com o aparecimento de um novo *media*: a televisão. Este meio de comunicação trouxe a imagem como a principal novidade e, por isso, a rádio viu-se obrigada a adotar novos formatos, a modernizar-se para conseguir fazer face à concorrência. Preocupou-se em inovar o seu discurso e apresentar novos programas para combater o encanto deste novo meio, mas também e, sobretudo, para criar uma rutura para com a comunicação instrumentalizada pelo Estado Novo (Cordeiro, 2004).

No entanto, apesar das mais valias que lhe são inatas, a televisão não tem a mesma agilidade que a rádio, precisamente porque necessita de imagens de modo a tornar-se mais atraente. Ou seja, há características inerentes à rádio e à televisão, que apesar de distintas são vantajosas. Mas, nem tudo é pautado pela diferença entre estes dois meios de comunicação, que também apresentam pontos em comum: o desporto está patente na programação (Mendonça, 2015).

Quatro décadas passaram até a rádio se deparar com um novo concorrente: a internet. A chegada da World Wide Web (WWW), em 1991, continua, hoje, a ter um grande impacto por todo o mundo em diversos setores. A rádio não foi exceção: deixou de ser apenas som e transformou-se em multimédia (Pacheco, 2010). O vídeo passou a ter uma presença cada vez mais importante, sem se descurar a sonoplastia, assiste-se à migração da Frequência Modelada (FM) para o digital e os podcasts ganham terreno a olhos vistos. A utilização da internet passa a ser indispensável no dia-a-dia de qualquer jornalista (Bonixe, 2014).

A portabilidade da rádio ganhou novas formas, com a banda larga, com as redes Wi-Fi e depois com a possibilidade dos dados móveis que permitem a qualquer cidadão aceder à internet (Silva, 2019). Da rádio tradicional auditiva passamos para uma rádio multimédia, multilinear, multisequencial e com conteúdos permanentes (Reis, 2009).

> A rádio passa a oferecer serviços que unem ao som, elementos escritos e visuais e junta-se a outros *media* para estar presente e responder às solicitações do consumidor multimédia (Cordeiro, 2004, p.2).

A rádio na internet desenvolve modalidades interativas e constrói um sistema dialógico que altera não só o modelo comunicativo da rádio como o comportamento das audiências. Cabe ao ouvinte a decisão de navegação pelo website da estação, programando aquilo que deseja escutar, transformando o conceito de ouvinte num mais alargado que se poderá entender por utilizador. A rádio afasta-se do seu conceito original e assume uma configuração multimédia que só a internet pode oferecer (Cordeiro, 2004).

Falar da adaptação da rádio à internet implica também abordar a sua relação com as redes sociais. No final de 2009, a rádio informativa portuguesa surge nas redes sociais Twitter e Facebook (Bonixe, 2010). O método tradicional de fazer rádio continua a ser o mesmo, as redes sociais são utilizadas apenas como um complemento daquilo que já foi difundido em antena. Ou seja, a prioridade continua a ser a emissão em direto e, só posteriormente, é que existe a preocupação de colocar o conteúdo disponível no site e nas redes sociais.

Ao longo da sua existência a rádio tem vindo a quebrar barreiras, tornou-se global, ganhou mais mobilidade e adquiriu imagem. Comprovou e comprova que sabe tirar melhor partido do que os novos *media* oferecem. Agora o som coexiste com a imagem e com o texto.

1.2. Do aparecimento do serviço noticioso na rádio ao desafio da internet

Importa, para esta investigação, saber em que altura a rádio surge como um meio de difusão de informação.

Nas décadas de 1900 e 1910, a rádio não transmitia conteúdos informativos, era feita para entreter as pessoas. Só na década seguinte, é que uma estação decidiu apostar em conteúdos informativos. Mais uma vez, os americanos a serem pioneiros. A rádio KDKA transmitiu pela primeira vez uma emissão totalmente informativa, preenchida com as eleições presidenciais americanas, durante oito horas consecutivas (Sousa, 2003).

No caso português, a EN apresentou conteúdos informativos na programação desde o arranque da estação. O serviço noticioso era marcado pelo controlo político, com o Governo a considerar suficiente a informação através da rádio. Por outro lado, as estações privadas especializavam-se no entretenimento musical, nas transmissões desportivas e na produção de radionovelas. Numa fase inicial, as notícias divulgadas eram as que vinham na imprensa, como uma espécie de revista de imprensa, por isso as emissoras tinham acordos com os jornais. A Emissora Nacional com o Diário da Manhã (jornal oficial do partido do regime), o RCP com O Século e o Jornal do Comércio e das Colónias, e a Rádio Renascença com o jornal Novidades e o Diário de Notícias (Reis, 2011).

No cômputo geral, podemos dizer que em Portugal, o jornalismo de rádio surgiu já depois dos primórdios da radiodifusão (Ribeiro e Reis, 2022). A década de 80 inaugurou um novo formato de rádio implementado pela TSF em Portugal, um formato que privilegia a informação jornalística e o direto (Reis, 2022).

Atualmente, verifica-se uma semelhança no que toca aos horários dos blocos informativos, das diferentes emissoras. Geralmente, os serviços noticiosos têm uma periodicidade que ocorre de 30 a 60 minutos.

A programação das emissoras procura adaptar-se aos diferentes hábitos de escuta, de forma a dar resposta às necessidades de cada momento do dia: de manhã dirigem-se a quem se desloca para o emprego e avançam com as principais notícias, informações de trânsito e estado do tempo. Mais tarde, procuram os que no local de emprego ou em casa querem a rádio como companhia e a programação passa a oferecer mais música, curiosidades e pequenos apontamentos de reportagem (Amorim, 2008).

O mesmo acontece em relação à informação divulgada, ao formato e estilo dos noticiários. Tudo é estruturado a pensar no público específico que se pretende atingir, nos seus interesses e preocupações. Conhecer a audiência é fundamental e o locutor deve saber formular as mensagens a transmitir de acordo com o perfil da sua audiência (Ortiz & Marchamalo, 1997).

A programação da rádio é transmitida 24 horas por dia, é organizada em blocos horários, nos quais estão distribuídos informação, cultura, entretenimento e serviço. A informação é produzida ao longo do dia em função da programação e dos picos de audiência, os chamados horários nobres que, em rádio, correspondem ao início da manhã, ao período de almoço e ao final da tarde. Nestes horários a informação é mais alargada e durante o resto do dia as notícias são reformuladas, repetidas e atualizadas (Amorim, 2008).

Atualmente, a realidade da difusão de informação está totalmente transformada, graças ao fácil acesso às mais variadas formas de transmissão de notícias. Assiste-se a um jornalismo cada vez mais rotineiro e burocratizado (Sousa, 2000). Desde o aparecimento da internet, o jornalismo não alterou a sua essência, alterou a forma como é apresentado ao público (Reis, 2011).

> O objetivo principal da rádio como meio de informação é o de transmitir as notícias atuais e "acima de tudo, difundir factos no menor espaço temporal possível desde a sua ocorrência (Bonixe, 2012, p. 49).

A notícia é o elemento-chave do jornalismo radiofónico. Nenhum jornalista começa na rádio por fazer entrevistas ou moderar debates. A notícia é o ponto de partida para todos os outros géneros. É o laboratório das principais preocupações que o jornalista deve ter e seguir (Meneses). Há características do velho meio que se reforçam e potenciam, outras que desaparecem ou são enfraquecidas, outras ainda que são transformadas (Reis, 2009).

1.3. A história da Antena 1

A Antena 1 conta já com quase 90 anos de emissão e, é por isso, um dos órgãos de comunicação social mais antigos, em funcionamento atualmente, em Portugal. Para explorar a história da Antena 1 é preciso recuar à Emissora Nacional (EN), pois foi com esta denominação que, a 4 de agosto de 1935, nasceu oficialmente a rádio pública em Portugal.

Aquando da inauguração oficial, a EN emitia nove horas diárias entre o meio-dia e as duas da tarde e entre as cinco da tarde e as dez da noite. As emissões eram preenchidas por música clássica, palestras, noticiários e programas infantis (Ribeiro, 2007). Até à Revolução dos Cravos foi o principal meio de comunicação do regime salazarista. As emissões eram alvo de censura e foi nesta realidade que funcionou durante mais de três décadas, com o regime autocrático a controlar o sistema.

> As relações da rádio com o poder político centravam-se numa estratégia de manipulação da opinião pública em defesa dos valores proclamados pelo Estado Novo" (Cordeiro, 2004, p. 2).

A partir desta data, os militares do Movimento das Forças Armadas ocuparam os cargos de relevo nas principais emissoras do país.

Um ano depois da queda do regime ditatorial, dá-se a nacionalização da rádio com a criação da Radiodifusão Portuguesa (RDP), uma empresa pública que juntou a EN e a Rádio Clube Português. Mais tarde, a RDP passou a agregar quatro canais de rádio: o Programa Um (atual Antena 1), o Programa Dois, a RDP Internacional e a Rádio Comercial (que foi criada mais tarde, em 1979).

Quase uma década depois de estar inserida na RDP, em 1981, a antiga Emissora Nacional passa a chamar-se Antena 1, denominação que mantém até hoje (Mendonça, 2016).

Até 2004 a RDP e a RTP (Radiotelevisão Portuguesa) estavam separadas e eram entidades jurídicas independentes. Nesse ano, com a aglomeração dos meios de comunicação do Estado, as duas empresas fundem-se e a RTP - Rádio e Televisão de Portugal passa, até aos dias de hoje, a ser o órgão que une a televisão e a rádio de serviço público. A RDP e a RTP passaram a emitir "aproveitando as sinergias, o que na

prática se traduz na partilha da antiga taxa de radiodifusão, dos recursos humanos, de alguns programas (…) e de diversos serviços, como por exemplo a frota de automóveis e o departamento multimédia" (Pacheco, 2010, p. 38).

Atualmente, a programação da Antena 1 foca-se, sobretudo, em conteúdos generalistas e programas de autor, com maior incisão na informação, desporto e música. Com noticiários de hora a hora, durante 24 horas, todos os dias da semana, e sínteses informativas às meias horas no horário da Manhã 1 e Tarde. Caracteriza-se por ser uma rádio de serviço público "com uma abrangência que permite ter todo o tipo de programas" (Cordeiro, 2003, p. 6).

2. Serviço Público: das origens à definição

Ainda antes de abordarmos o Serviço Público de Radiodifusão (SPR), torna-se importante começarmos por perceber o conceito de Serviço Público (SP), a sua definição e as suas origens.

Quando pesquisamos sobre SP, encontramos várias teorias e definições, mas focamo-nos nas que são mais consensuais entre os investigadores. O conceito nasce em França, nos primeiros anos do século XX, por intermédio de Léon Duguit[4], tornando-se responsável pela Escola Francesa de Serviço Público, também conhecida por Escola de Bordeaux. De acordo com autor francês, SP é:

> toda atividade cujo cumprimento deva ser assegurado, regulamentado e controlado pelos governantes, porque o cumprimento desta atividade é indispensável para a realização e para o desenvolvimento da solidariedade social, e porque ela tem uma natureza tal, que só se pode realizar completamente pela intervenção da força governante (Duguit, Manual do Direito Constitucional, 2005, p. 67).

Apesar do conceito de SP ser utilizado em diferentes âmbitos, podemos afirmar, generalizando, que o seu objetivo principal é satisfazer uma necessidade comum (Santos, 2013).

A doutrina francesa clássica do serviço público teve uma inegável influência no desenvolvimento do conceito, mas também do Direito Administrativo em vários países, embora Mônica Spezia[5] realce que em nenhum outro país esta noção teve tanta importância como na França (Justen, 2003).

O SP criou um governo mais ativo, que tinha como missão prestar os serviços básicos para o desenvolvimento de uma sociedade e, deste pressuposto, está criada a ligação perfeita para aquilo que é o Serviço Público dos *media* (Midões, 2020).

No que à comunicação social diz respeito, o foco do SP é o interesse dos cidadãos e não o do Estado enquanto entidade política. O SP tem o dever de fornecer serviços em multiplataforma, dirigidos a diferentes audiências (Santos, 2013).

O primeiro país a dar o primeiro passo no SP dos *media* foi o Reino Unido. A British Broadcasting Company (BBC) nasceu nos anos 20, no período pós Segunda Guerra Mundial. A partir daí, outros países na Europa foram fazendo o mesmo. Uns

[4] Jurista francês especializado em direito público.
[5] A evolução da noção de serviço público : da França à União Europeia

quando as mudanças sociais e políticas a isso os obrigaram, outros quando o fim dos regimes autoritários deu lugar às democracias, como foi o caso de Portugal (Santos, 2013).

Apesar de, aparentemente, os *media* de SP funcionarem regidos pelas mesmas regras, só na Europa, Sílvio Santos (2013) identifica três tipos de estruturas diferentes:

- integradas, (como é o caso da RTP, em que todo o setor audiovisual público é completamente controlado pela empresa);
- federais regionais (como é o caso da Alemanha, onde os estados têm autonomia);
- fragmentadas (França é um exemplo, pois há operadores distintos para cada setor).

2.1. Características do Serviço Público de Radiodifusão

Antes de avançarmos para as características do Serviço Público de Radiodifusão (SPR), importa referir que há dois conceitos que, embora pareçam semelhantes, têm significados diferentes. Falar de meios de comunicação de SP não é o mesmo que falar de *media* estatais. O foco dos meios de comunicação de SP, como vimos no ponto anterior é, essencialmente, o interesse dos cidadãos, sendo este serviço atribuído a uma empresa (ou grupo empresarial) de rádio e/ou de televisão que, obtendo a licença para o seu exercício, deve cumpri-lo e obedecer às regras e características deste serviço que serão detalhadas posteriormente. Por outro lado, os *media* estatais não se guiam pelos princípios de independência e imparcialidade (Santos, 2013).

No que à radiodifusão diz respeito, olhando para o panorama europeu, existem três tipologias diferentes de sistemas: a rádio de serviço público, a rádio comercial ou de serviço privado e a rádio comunitária. Em Portugal, ao abrigo da Lei da Rádio n. º 54/2010, existem apenas dois sistemas em vigor, o público e o privado, existindo, no entanto, um mapeamento para as rádios comunitárias portuguesas que funcionam de forma ilegal (Midões, 2020).

No caso da rádio de serviço público, todas as emissoras estão agregadas numa só entidade: a RTP. É o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT) que define os objetivos, os direitos e as obrigações entre o Estado e a

concessionária RTP – única entidade detentora do serviço público da rádio e televisão no país.

Cada contrato de concessão tem uma duração prevista de 16 anos, sendo que deve ser revisto a cada quatro anos ou sempre que o Governo considere oportuno.

De entre os vários pontos que salvaguardam os direitos e os deveres das duas entidades, cabe ao Governo "assegurar a liberdade e independência de todos os órgãos de comunicação social", ao mesmo tempo que compete à RTP "garantir a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes políticos" (CCSPRT, 2015, p. 1).

No que ao financiamento diz respeito, é ao Estado que compete assegurar o Serviço Público de Rádio e Televisão (SPRT), "sem prejuízo de a Concessionária dever procurar obter, outras fontes de financiamento" (2015, p. 34), sendo que todos os cidadãos pagam a taxa audiovisual no valor de 2,85 euros (com IVA) cobrada na fatura mensal da eletricidade.

Ao contrário dos meios de comunicação privados que centram estratégias, sobretudo, na audiência e na publicidade, por questões financeiras, a rádio pública tem o papel de promover a diversidade cultural e proporcionar bens e serviços que é suposto não serem prestados através das estações privadas (Cordeiro, 2010).

Estas são algumas das características do SPR português, descritas tanto no contrato de concessão como na Lei da Rádio nº 54/2010. Destacamos também como principais características assegurar a difusão de programas que promovam a cultura, a língua e a música portuguesa; promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural; promover o exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações; contribuir para a informação, a formação e o entretenimento do público.

De uma forma resumida e, visualmente mais atraente, parece-nos pertinente, elencar numa tabela de forma resumida, as principais características do SPR português.

Programação	Variada e abrangente Dirigida e acessível a todos Deve promover e valorizar a cultura, língua e música portuguesas Produção e transmissão de programas culturais, educativos e informativos Direito de antena Produção própria
Informação	Isenta, rigorosa, plural e contextualizada Independente face ao poder político e económico Deve garantir a cobertura dos principais acontecimentos nacionais e internacionais Assegura o direito de resposta e o direito de antena em períodos eleitorais Produz e difunde pelo menos três serviços noticiosos
Publicidade	Não pode afetar a integridade dos programas A difusão destes conteúdos não pode ocupar mais de 20% do tempo total de emissão diária

Tabela 1- Principais características do Serviço Público de Radiodifusão Português. Fonte: adaptado da Lei nº54/2010

2.2. Objetivos do SPR

Depois de referidas quais são as principais características do SPRP, expõem-se, neste ponto, aqueles que estão evidenciados como os principais objetivos do SPR, desenvolvido, em Portugal, pelas RTP, através das suas rádios Antena1, Antena 2, Antena 3, RDP Madeira, RDP Açores, RDP Internacional e RDP África, nomeadamente:

- Promover os valores do humanismo, da liberdade, do civismo, da cidadania, da solidariedade social e do debate democrático pluralista, assim como os valores e direitos fundamentais vigentes nas ordens jurídicas europeia e nacional;

- Promover a língua e a cultura portuguesas, a lusofonia e os princípios comuns europeus;

- Promover o desenvolvimento do panorama audiovisual português através de programas e conteúdos diversificados, inovadores, atualizados e dinâmicos;

- Produzir uma informação independente, rigorosa, pluralista e aprofundada que constitua uma referência de credibilidade e confiança para os diferentes públicos;

2.3. Obrigações

Ao SPR compete fornecer uma programação variada, diferenciadora e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias, bem como garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuam para a sensibilização dos públicos para as questões de integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias, e garantir a emissão de programas que valorizem o ambiente, a economia e a sociedade portuguesa na perspetiva do seu desenvolvimento sustentável. Neste conjunto de obrigações do SPR surge ainda a necessidade de promover a emissão de programas em língua portuguesa e a emissão de programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua portuguesa.

3. A estrutura da rádio pública em Portugal

Em 2022, o SPR em Portugal está entregue à RDP, que é a principal estação do grupo de rádios da RTP, e conta ainda com a Antena 2, a Antena 3, as mesmas emissoras nas regiões autónomas dos Açores e da Madeira (Antena 1 Açores, Antena 1 Madeira, Antena 3 Madeira), englobando também a RDP Internacional e a RDP África**.**

Nos próximos momentos, iremos, ainda que de forma resumida, esboçar um pouco da história de cada uma destas emissoras, ressalvando que a história da Antena 1 já foi desenvolvida no capítulo 1 deste enquadramento teórico.

3.1. Antena 1

A Antena 1 foi o primeiro órgão de radiodifusão de serviço público a nascer em Portugal, em 1935, na altura com o nome de Emissora Nacional, tendo surgido como órgão de propaganda do Estado Novo (Mendonça, 2015). E, foi nesses moldes que se manteve até à Revolução dos Cravos, em 1975. Um ano mais tarde, é criado um grupo

de *media* - a Radiodifusão Portuguesa (RDP) – do qual a Emissora Nacional passa a fazer parte.

Na entrada do novo século dá-se uma reorganização dos *media* estatais com a criação da Rádio e Televisão de Portugal (RTP), o que levou à fusão da RTP e RDP, em 2004.

Com uma programação baseada em conteúdos generalistas e programas de autor, com forte incidência na informação e na música portuguesa. A rede de emissores cobre praticamente 100% do território português.

No que toca à informação, são emitidos noticiários de hora a hora e, uma síntese das notícias às meias horas. Pelo facto de a manhã ser um dos horários nobres na rádio, é feito um programa da manhã, que arranca logo após o noticiário nacional das 7h00 e, termina por volta das 10h00. A programação da Antena 1 foca-se sobretudo em programas de autor, na atualidade de todas as áreas a nível nacional e internacional, com especial enfoque no desporto, que tem dois noticiários ao longo do dia (o primeiro às 12h30 e, o segundo, às 18h30), sínteses informativas durante a manhã e relatos de futebol. Um dos programas mais antigos e mais conhecidos da estação é o programa Antena Aberta, que é dedicado à opinião dos cidadãos sobre um determinado tema e serve, precisamente, para dar voz ao público.

3.2. Antena 2

A Antena 2 nasceu no final da década de 40, na altura denominada Programa 2. Começou nos primeiros anos por emitir apenas entre as 8h00 e 1h00, com uma programação dedicada, sobretudo, à música clássica e a programas culturais (Silva, Domingos, & Moreira, 2010). Em 1988 passou a emitir 24 horas, preenchendo o espaço da madrugada com a transmissão automática de CDs na íntegra. Dois anos depois, a estação é renomeada para Antena 2, nome que mantém até aos dias de hoje.

Atualmente, tem transmissões regulares em direto, com enfoque em recitais de ópera e de festivais ou concertos[6], mas também tem programas de autor e noticiários. É uma rádio essencialmente musical, divulgando sobretudo jazz, música étnica, new age, blues e música experimental.

[6] https://www.rtp.pt/antena2/geral/perfil-de-canal-antena-2_3142

Em novembro de 2011, decidiu apostar no digital e inaugurou uma página online dedicada em exclusivo à ópera – Antena 2 Ópera.

3.3. Antena 3

A Antena 3 nasce nos anos 90. A 26 de Abril de 1994 começaram as primeiras emissões desta rádio pública, que surgiu com o objetivo de promover a nova música portuguesa, assim como o talento artístico nacional. Tem como público-alvo os mais jovens, representando a "alternativa pop da RTP"[7], como a própria se descreve.

Em 2010, a estação decide apostar em duas rádios exclusivamente online: a Antena 3 Dance, dedicada exclusivamente à transmissão de música de dança e, a Antena 3 Rock, tal como o próprio nome indica, dedicada em exclusivo à música rock (Neves, 2014, p.11).

A programação atual da emissora varia entre música, entretimento, programas de autor, com enfoque na cultura portuguesa e nas temáticas associadas às gerações mais jovens.

Um dos ex-libris da estação é o programa da manhã - *Manhãs da 3* – transmitido em direto, todos os dias de segunda a sexta, entre as 7h00 e as 10hh00, apresentado, até à data, por Ana Markl, Tiago Ribeiro e Hugo Van Der Ding. O programa segue uma linha editorial muito semelhante ao de outras rádios, transmitidos no mesmo horário, como é o caso d' *As Três da Manhã*, da Rádio Renascença. A audiência do programa é significativa, ao ponto de já o ter levado a algumas salas de espetáculos do país.

3.4. RDP Internacional e RDP África

A RDP Internacional foi criada em 1987 e é a sucessora do antigo serviço de ondas curtas da Emissora Nacional. É uma das cinco estações de radiodifusão do grupo RTP, que serve de elo entre Portugal, as comunidades portuguesas, luso-descendentes e lusófonas em geral, e, por isso, está disponível em todo o mundo. A programação é direcionada para a informação, mas também para o desporto e, programas dedicados à língua e cultura portuguesa.

[7] https://media.rtp.pt/antena3/perfil-da-estacao/

Mais tarde, nasce a RDP África, que começou a emitir em 1995 para Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe Um ano depois, em maio de 1996, emite para Portugal pela primeira vez (Jordão, 2009).

Ainda que se seja uma rádio generalista, a RDP África é direcionada a públicos específicos. A estação aposta, naturalmente, em música, maioritariamente, africana, sobretudo dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), como quizomba, kuduro, morna, funaná, música portuguesa, ligeira e popular, embora também esteja aberta a toda a música de expressão portuguesa e outros ritmos, como os afro-americanos e latino-americanos. Emite noticiários, de hora a hora, podendo ser sínteses ou blocos informativos com produção própria ou simultâneos com a Antena 1.

A estação emite em FM, 24 horas por dia, para Lisboa, Coimbra, Faro e Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe, e está também disponível online.

3.5. Antena 1 Açores, Antena 1 Madeira e Antena 3 Madeira

As primeiras emissões da Antena 1 nas ilhas aconteceram em 1941, nos Açores, e em 1967, na Madeira (Pacheco, 2010).

Embora tenham produção própria, a programação é muito daquilo que acontece na Antena 1 do generalista que emite em Portugal continental, ou seja, as emissões apresentam-se com uma forte incisão na informação, cultura, música nacional e desporto.

A Antena 3 Madeira apresenta uma programação, tal como a emissora no continente, vocacionada para o público mais jovem, com diversas temáticas no âmbito da música, cinema, internet, desporto e tempos livres.

4. O que é o serviço privado e como se caracteriza

O serviço privado não se rege pelas mesmas orientações financeiras do serviço público. O suporte financeiro do setor privado advém, maioritariamente, do mercado publicitário (Oliveira & Ribeiro, 2015). Por outro lado, a forma mais comum de financiamento dos meios de serviço público advém do pagamento de uma taxa (Leite, 2015).

As peças publicitárias para rádio são produzidas a partir de um formato padrão de 30 segundos, porém, podem ser adaptadas com mais ou menos segundos. Podem classificar-se de diferentes maneiras, as mais conhecidas e utilizadas são: spot; *sketch*; vinheta ou *jingle*.

O spot caracteriza-se por ser uma mensagem informativa, acompanhada ou não por música, original ou adaptada, e por efeitos sonoros quando necessários. O *sketch* é uma mensagem dialogada ou dramatizada como se fosse teatro. A vinheta é uma peça que pode ter entre dois e quatro segundos, produzida com intenção de sinalizar de maneira forte e chamativa o nome do anunciante. Pode ser usada na assinatura de outras peças ou com uma pequena locução em aberturas, passagens e encerramentos de programas patrocinados pelo anunciante. E, por fim, o jingle é uma peça musical cuja função principal é facilitar e estimular a retenção da mensagem pelo ouvinte. A intenção é que depois de ouvida passe a ser repetida pelo ouvinte, que seja facilmente interiorizada (Júnior, 1997).

As empresas privadas focam-se nas metas estratégicas definindo direta ou indiretamente em termos de lucros que deverão ser alcançados durante a vigência de um período. Uma parte deste excedente tem a finalidade de fazer face aos custos de funcionamento, o restante montante é reservado com vista a constituir um incentivo financeiro correspondente à dedicação e contribuição efetiva dos profissionais para os resultados (Santos, 2022).

Olhando para a importância do mercado comercial radiofónico na Europa, rapidamente encontramos uma distribuição relativamente segmentada, devido à chegada dos novos *media*. No entanto, a rádio continua a ter importância capital, principalmente nos países mais desenvolvidos (Leite, 2015).

Todos os meios de comunicação hoje em dia, exercem um papel fundamental na divulgação e promoção de produtos, dependendo do público-alvo que determinada empresa pretende atingir (Cantanhede, 2018).

De acordo com a Marktest, o investimento publicitário em Portugal aumentou quase quatro vezes, entre 2002 e 2017, entre os 2.318 e os 9.264 milhões de euros. O investimento publicitário por meio revela que o grande impulsionador da recuperação do mercado publicitário foi a televisão. Ainda, no mesmo período em análise, os dados da Marktest revelam que a internet ultrapassou a imprensa, sendo por isso, o segundo setor mais relevante no mercado publicitário português, em 2015 (Cardoso, Baldi, Paisana, Pais & Couraceiro, 2019).

4.1. Serviço Privado de Radiodifusão: o caso Rádio Renascença

A Rádio Renascença (RR) foi a emissora criada pela Igreja Católica Portuguesa para difundir as suas ideologias e ideia de criar um órgão que pudesse transmitir os valores da igreja cristã surgiu nos anos 30 (Mendonça, 2015).

Podemos dizer que o ponto de partida para a criação da RR, foi a revista Renascença. A 12 de abril de 1931 foi lançada a revista Renascença - Ilustração Católica, de publicação quinzenal. Em algumas edições da revista era dado a entender que seria lançado um posto emissor, ideia que reuniu vários apoiantes (Vilhena, 2013) e que veio a concretizar-se mais tarde. Entre 1933 e 1936 realizaram-se as primeiras emissões experimentais da estação. No ano seguinte, deu-se o início das emissões regulares. Fundada pelo Padre Manuel Lopes da Cruz, a Rádio Renascença foi inaugurada oficialmente, numa primeira fase, na Rua Capelo, em Lisboa, a 10 de abril de 1938. No Porto, a inauguração dos estúdios aconteceu três anos depois, a 17 de maio de 1941. Os primeiros estúdios no Norte estiveram na Rua da Alegria, passando para a Rua Sá da Bandeira e, posteriormente para a Rua António Luís Gomes, em Vila Nova de Gaia, onde a RR permanece até hoje. Em meados dos anos 70, a RR tinha a rede de emissores praticamente completa (Lopes, 2021).

Em 1972, a RR iniciou o serviço de noticiários, de hora a hora, entre as 7h00 e as 2h00, com destaque para três serviços noticiosos mais desenvolvidos: 12h45, 19h00 e 00h00 (Santos, 2022). Até então, funcionavam como espaços informativos que tinham por base as notícias veiculadas pela imprensa (Sobral, 2010).

Nas vésperas do 25 de Abril, e dada a situação de grande instabilidade pela qual Portugal atravessava, o Governo receava pelo seu próprio futuro e vigiava de perto os principais órgãos de comunicação, incluindo a Emissora Católica que transmitia programas e conteúdos contestatários, como greves e problemas sindicais e sociais, ao regime do primeiro-ministro Marcello Caetano (Sobral, 2010). Esta forma de estar da Emissora Católica fez com que fosse considerada por diversos setores como uma voz independente (Ribeiro, 2000).

Por manter esta estratégia de atuação, a RR acabou por ser também a estação de radiodifusão escolhida para a emissão da senha que viria a pôr em marcha as unidades militares que participaram na Revolução de 25 de Abril de 1974. Enquanto a Emissora Nacional e o Rádio Clube Português foram ocupadas por militares do Movimento das Forças Armadas (MFA), a Emissora Católica continuou as suas emissões de forma

habitual. Quanto à informação, os responsáveis da RR colocaram a hipótese de ignorar o que estava a acontecer, dada a incerteza dos acontecimentos, porém, optaram por fazer exatamente o contrário. A estação passou a acompanhar os vários passos da revolução nos seus noticiários, a par da difusão da programação habitual. Foram acompanhadas diversas movimentações, através de reportagens feitas no exterior, nomeadamente na sede da PIDE (Ribeiro, 2000).

Após a revolução, a RR foi o primeiro órgão de informação a paralisar. No dia 30 de abril de 1974, uma alegada discórdia entre os jornalistas e o Conselho de Gerência conduziu à primeira greve dos serviços de informação (Ribeiro, 2000). A RR foi ocupada por trabalhadores, mas meses mais tarde foi novamente devolvida à igreja católica.

Em 1979 foi dado início a um dos programas de maior sucesso de sempre na rádio portuguesa: o Despertar, apresentado por António Sala e Olga Cardoso. As emissões, deste sucesso que marcou gerações, terminaram no início do novo milénio (Mendonça, 2015).

Nos anos 80, a RR foi líder de audiências, altura que coincidiu com a comemoração dos 50 anos da estação. Alias, uma década com vários feitos marcantes para a emissora. Para consolidar este crescimento e dar resposta à evolução da comunicação e às necessidades de outro público, o grupo decidiu apostar numa nova rádio, que tinha, e mantém ainda hoje, uma programação diferente da RR. É a 1 de janeiro de 1987 que nasce a RFM e, um ano depois, é lançada a Mega FM, uma rádio dirigida aos meus jovens. Nos anos 80 foi também criado um dos programas mais marcantes, até hoje, da rádio principal do grupo, o Bola Branca, um programa dedicado ao desporto nacional e internacional, com informação disponibilizada tanto na emissão radiofónica como no online (Mendonça, 2015).

Em 2008, nasceu a Rádio SIM, pensada e feita para a população mais velha. Contudo, em 2020, o Grupo Renascença Multimédia anunciou que a estação iria ser descontinuada, por motivos de sustentabilidade económica (Vilhena, 2013).

É inevitável falar da RR e não mencionar a aposta que tem feito no digital. Na Internet, o primeiro domínio, radiorenascenca.pt, foi registado em outubro de 1997. Um ano depois passou a ter o domínio rr.pt, que se mantém atualmente. Em 2009, a estação renovou a imagem do site (Bastos, 2010). Foi, durante anos, a rádio com aquele que foi considerado o melhor site informativo do país, ideia que acaba validade pelos vários prémios de jornalismo e de multimédia obtidos. As várias páginas nas redes sociais

(Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, Linkedin), são outra ferramenta indispensável no presente (Mendonça, 2015).

A Rádio Renascença é uma emissora generalista, com conteúdos informativos e programas cada vez mais centrados nas variadas vertentes da atualidade, o que não impede o acompanhamento regular dos assuntos religiosos (Sá, 2017).

O Grupo Renascença Multimédia conta hoje com dois acionistas: o Patriarcado de Lisboa, que detém 60% do capital; e a Conferência Episcopal Portuguesa, que controla os restantes 40% (Sá, 2021).

Das emissoras portuguesas nascidas na década de 1930, que ainda vigoram, é a única que mantém inalterado o nome de batismo.

4.2. O papel da Renascença e da Igreja na Radiodifusão: do Estado Novo à atualidade

A Rádio Renascença nasceu, como já referimos, em 1936, cinco anos depois da Rádio Vaticano, uma das rádios mais antigas do mundo (Lopes, 2021).

Para percebermos o papel da Renascença e da Igreja Católica, temos de recuar ao período logo após a Revolução dos Cravos. Antes disso ainda, é importante relembrar o peso que a RR teve na Revolução de Abril de 74, visto que o golpe de Estado se deu à primeira hora do dia 25 de abril, quando a Rádio Renascença transmitiu a canção "Grândola, Vila Morena", de José Afonso. Música que estava proibida de passar nas rádios, por fazer alusão ao comunismo. Um dos motivos para ter sido a RR a iniciar este movimento, foi o facto de grande parte da programação da estação estar a cargo de produtores com orientações políticas opostas às da ditadura (Leal, 2019).

Após a tentativa de golpe de Estado, a 11 de março de 1975, a ocupação da Rádio Renascença por forças de extrema-esquerda foi um dos eventos mais marcantes da Igreja Católica, no período pós-ditadura, por levantar questões como a liberdade religiosa e de informação (Ribeiro, 2014).

Em pleno período revolucionário, o conflito pelo controlo da emissora católica ficou marcado por inúmeros avanços e recuos, fruto das lutas de poder que tinham lugar entre os setores mais moderados e os que defendiam a instauração de um regime socialista no país. O conflito gerado no interior da emissora teve uma influência significativa no rumo que Portugal viria a trilhar após o Verão Quente de 1975. Muitas das posições públicas assumidas pelo Episcopado, durante o Processo Revolucionário em Curso (PREC), tiveram como base o caso Rádio Renascença (Ribeiro, 2014). A luta pelo controlo da emissora católica funcionou como um estímulo para todos os que queriam que Portugal enveredasse por uma política democrática ocidental (Santos, 2005). Milhares de pessoas mobilizavam-se em redor do Episcopado e da Emissora Católica, defendendo a restituição da RR à Igreja Católica e manifestando desagrado para com o percurso político que estava a ser percorrido (Ribeiro, 2000).

A população portuguesa não sentia os seus valores representados com a revolução, recusando o modelo político que a esquerda tentava instaurar em Portugal, o que significa que a "luta travada no interior da RR acabou por ser decisiva para o desencadear do 25 de novembro de 1975", data que ficou marcada pelo fim do Processo Revolucionário e a um processo de estabilização da democracia (Ribeiro, 2000, p. 314).

A emissora foi devolvida à Igreja após o 25 de novembro, já depois de ter sido estabelecido que não seria incluída no decreto de nacionalização das estações de rádio que viria a ser aprovado a 2 de dezembro. As emissões seriam retomadas em janeiro de 1976, tendo a Rádio Renascença permanecido durante cerca de uma década e meia como um dos poucos meios de comunicação não controlados pelo Estado num período crucial para a normalização democrática em Portugal (Ribeiro, 2014).

Apesar destas tentativas de controlo, a emissão da RR continuou atenta à realidade política do país, sem inibições de criticar decisões nacionais (Lopes, 2021).

O caso da Renascença refletiu "uma das lutas político-ideológicas com maior visibilidade na sociedade portuguesa, graças à forte tradição e ao elevado nível de implantação da Igreja Católica, principalmente no Norte e no Centro" (Lopes, 2021, p. 314), que ficou igualmente marcado por um debate sobre o papel que a Igreja Católica deveria assumir na nova sociedade que então começava a germinar (Ribeiro, 2000).

O caso da Rádio Renascença é ilustrativo da posição que a Igreja Católica assumiu no período revolucionário em que, apesar de alguma contestação interna verificada após a queda da ditadura, foi capaz de se mobilizar e unir para defender os valores democráticos, a liberdade de informação e a liberdade religiosa. Os católicos assumiram-se como uma das forças que contribuiu para a democratização do país (Ribeiro, 2014).

No presente, o grupo Renascença está solidificado no panorama da rádio em Portugal. De acordo com os últimos dados divulgados pelo estudo Bareme Rádio da Marktest[8], em outubro de 2022, a Rádio Comercial mantém a liderança, com uma Audiência Acumulada de Véspera (AAV) de 21%, já o segundo posto pertence à RFM, com valores correspondentes a 19,3%. Numa análise por grupos, o Bauer Media Audio Portugal, que agrupa as emissoras anteriormente detidas pela Media Capital Rádios, apresenta uma AAV de 30,5% e, o Grupo Renascença Multimédia, uma AAV de 26,8%.

[8] https://www.marktest.com/wap/a/n/id~291b.aspx

4.3. Estratégias de informação na rádio privada seguidas pela rádio pública

Como abordámos anteriormente, em Portugal, existem dois modelos de radiodifusão: a rádio de serviço público e a rádio de serviço privado. Dentro destes dois, existem especificidades, quer ao nível da cobertura, quer dos serviços de programas que podem ser de âmbito nacional, regional ou local.

A Rádio Pública tem a obrigação de chegar a todo o país, a Rádio Privada centra-se nos grandes centros urbanos, com mais população,

Relativamente aos conteúdos, existem rádios generalistas e temáticas, entre as quais as rádios informativas, que se especializam em radiojornalismo, como acontece é o caso da TSF (Mendonça, 2015).

As estações organizam-se mais pela sua especialização musical, ao nível do conteúdo dos programas e público-alvo, do que propriamente pela tematização (Cordeiro, 2015).

Uma vez que esta investigação procura perceber qual é a estratégia da rádio pública no serviço noticioso e de informação, nomeadamente da Antena1, torna-se pertinente abordarmos também aqui a rádio privada, ainda que de forma resumida, para percebermos quais são as diferenças entre os dois sistemas de radiodifusão.

Para esse objetivo, decidimos focar-nos na estação de rádio portuguesa privada: a TSF rádio notícias.

A TSF pertence à Global Media Group (GMG), uma empresa gestora de participações sociais. Atualmente, representa um dos maiores grupos de *media* em Portugal, com atividade no jornalismo impresso, digital, televisivo e radiofónico, detendo conhecidas publicações como o Jornal de Notícias (JN), o Diário de Notícias (DN), o jornal O Jogo, a revista Men's Health, entre outros (Costa, 2015, p. 14). Caracteriza-se por ser uma emissora de cariz informativo, desde 2001, com noticiários de 30 em 30 minutos, com especial atenção à atualidade política, económica, social e desportiva (Meneses, 2003), sendo a informação o principal foco desta rádio.

Uma das marcas distintivas no jornalismo da TSF foi a introdução das notícias em "primeira mão", tendo até recebido a designação oficial de "notícias TSF" (Meneses, 2003, p.280). Esta noção do exclusivo não põe em causa os princípios de rigor e credibilidade, que se mantêm prioritários (Costa, 2015).

A TSF desbravou caminho no que à informação diz respeito, criou um conceito de radiojornalismo, que levou a que outras emissoras repensassem os seus modelos e alterassem as rotinas produtivas, como foi disso exemplo a Antena 1, que reformulou as suas rotinas produtivas, assim como as grelhas de programação e alinhamentos, de forma a criar um mercado mais competitivo, dando forma ao conceito de velocidade (Mendonça, 2015). Por exemplo, o programa "Antena Aberta" surgiu, em 2004, como uma réplica do já existente "Fórum TSF". Atualmente, ambos têm audiências semelhantes, contudo, o debate da TSF tem mais meia hora de duração e inicia-se cerca de uma hora antes do programa "Antena Aberta", que arranca às 11h, com uma periodicidade de segunda a sexta.

Outro exemplo de que a TSF foi pioneira em vários momentos do seu percurso e que levou a rádio pública a seguir as mesmas pisadas, remete-nos já ao século passado. Em 1995, a TSF foi a primeira rádio a apostar no painel de comentário, anos depois a Antena 1 começa a dar voz a comentadores em antena.

5. Jornalismo radiofónico

Em Portugal, atualmente, existem quatro emissoras de radiodifusão que se dedicam, sobretudo, à informação e ao jornalismo: Antena 1, Rádio Renascença, TSF, e, mais recente, Rádio Observador.

Importa perceber que os meios de radiodifusão podem ser classificados de duas formas: generalistas ou temáticos. Dentro dos temáticos existem as rádios informativas que se focam, naturalmente, na informação, embora apresentem também outro tipo de conteúdos.

O jornalismo deve ser comunicação útil. Informar, jornalisticamente falando, também significa noticiar sobre todos os acontecimentos, questões úteis e problemáticas socialmente relevantes, estejam ou não relacionados com a ação dos agentes de poder. Os acidentes, os casos de polícia, o desporto, a moda, o património natural e histórico, as notícias do estrangeiro, o comportamento da bolsa, a informação de serviços, os testes comparativos para ajudar o consumidor (Sousa, 2001).

Mudanças que surgiram, sobretudo, aquando do aparecimento de outros meios de comunicação, como a televisão e a internet. Desde então, a rádio tem vindo a adaptar-se e tem procurado potenciar a sua presença no meio digital, não apenas para gerar competitividade, mas também para se afirmar (Bonixe, 2011). O digital transformou não só os meios de comunicação tradicionais, como a rádio, mas também o trabalho dos jornalistas (Costa, 2016).

Ainda que a rádio hertziana continue a preservar a instantaneidade, agora, enfrenta cada vez mais a concorrência dos *media* online. Concorre com uma multiplicidade de outras formas de comunicação que disponibilizam conteúdos de modo rápido e atual (Bonixe, 2011).

Através da internet, a rádio informativa tira partido das novas ferramentas de comunicação através do vídeo, das infografias, da fotografia e da palavra escrita. A internet entra definitivamente na estratégia das rádios de informação portuguesas e, por isso, Bonixe (2011) defende que a rádio precisa ter especial atenção nos seguintes aspetos:

- Expressividade: "exige-se uma linguagem multimediática, hipertextual e interativa" (página). Atualmente, os jornalistas de rádio precisam ter um

conhecimento mais alargado, que não passe apenas por contar os acontecimentos através do som.

- Plataformas: atualmente, a rádio informativa já não está apenas no seu meio tradicional, está também na internet, nos dispositivos móveis e nas redes sociais.
- Conteúdos: a variedade de plataformas deve significar mais temas e vozes, porque o jornalismo radiofónico tem de chegar aos indivíduos já não apenas através da sua forma tradicional.

Com esta segmentação de aspetos a reter na rádio de hoje, Luís Bonixe (2011) refere-se ao *medium* como um conjunto, pois

> Existe nas ondas hertzianas, e aí é exclusivamente sonora e emite continuamente. Mas também existe nas plataformas digitais, é multimédia e disponibiliza conteúdos de modo fragmentado. A rádio é multiplataforma, está mais interativa e móvel do que antes (Bonixe, 2011, p.3).

A presença do jornalismo radiofónico na internet começou ainda na década de 90. Nesta primeira fase, as principais rádios de informação em Portugal disponibilizavam sobretudo arquivos, emissões em direto, noticiários e algumas notícias na homepage (Bonixe, 2011).

A rádio de hoje reúne na internet, informação e publicidade, em paralelo com outros componentes como animações, imagens estáticas ou em movimento. Os novos suportes permitem a introdução de componentes (gráficos, tabelas, fotografias, textos escritos, imagens de vídeo) que vêm complementar a informação disponibilizada pelo meio (Cordeiro, 2011).

É importante referir que, apesar de todas as transformações que as novas tecnologias trouxeram, a essência do jornalismo radiofónico não se alterou. A notícia de hoje, tal como a notícia de há décadas, continua a responder às questões: o quê, quem, quando, onde, como e porquê (Reis, 2011, p.176).

Tendo em consideração o objeto de estudo desta investigação, torna-se importante focarmo-nos no serviço noticioso da Antena 1. Nos primeiros anos de emissão, enquanto Emissora Nacional, a informação vinculada não era mais do que revistas de imprensa de periodicidade semanal, informações diárias sobre as cotações da bolsa e atividades do Governo. A linguagem utilizada era formal, não havia o cuidado

de contextualizar as notícias, que eram dirigidas à elite e, por isso, incompreendidas pelo cidadão comum (Ribeiro, 2007).

A partir de abril de 1974, com a mudança de regime, deixou de haver censura. Foi criada a Lei de Imprensa de 1975, acompanhada por uma série de diplomas, como o estatuto do jornalista e o regime da carteira profissional, que deram melhores condições e mais autonomia aos jornalistas (Santos, 2012).

5.1. Características e especificidades

As características e especificidades que caracterizam a rádio são muitas: como se pensa a notícia, como deve ser transmitida, a sua viabilidade para ir para a antena, entre outros aspetos que vamos abordar neste ponto.

Como já referimos no ponto anterior, a rádio que hoje conhecemos não está igual à que existia antes da chegada da televisão ou da internet. Mudou, evoluiu e adaptou-se às novas necessidades dos consumidores, conseguindo até hoje superar a sua tão anunciada morte. No entanto, mantém muitas das características que lhe são inatas - rapidez, imediatismo e atualização da informação - e que lhe confere vantagem em relação aos outros meios de comunicação social (Reis, 2011).

Uma das virtudes da rádio, comparativamente aos outros meios de comunicação tradicionais, é a facilidade de difusão de notícias em direto. Se, na imprensa escrita, a informação costuma sair no mínimo um dia depois do acontecimento, e na televisão é necessário transportar uma câmara, um operador de câmara, e um jornalista, na rádio, os diretos podem ser feitos no momento, basta um jornalista e material para estabelecer ligação com a rádio (Costa, 2016).

O radiojornalismo afirmou-se pelo direto. Atualmente, uma emissão pode ser interrompida devido a uma informação relevante, dando, sempre que se justifique, início a emissões especiais sem hora para acabar (Reis, 2011).

No entanto, o que alimenta diariamente o jornalismo radiofónico são os noticiários. Todas as rádios de informação – Antena 1, RR, TSF e Rádio Observador – têm o compromisso diário com um número específico de noticiários, cada um com uma duração pré-definida. Esta organização das redações leva a que os jornalistas, principalmente os editores, façam uma seleção rigorosa das informações a tratar, porque em rádio o tempo é escasso e se a estória for contada pelo protagonista tanto melhor,

porque a rádio vive de som (Santos, 2016). Cada meio de comunicação tem na sua génese um recurso específico: a rádio tem o som, a imprensa tem a palavra; a televisão tem a imagem. No digital, todos os meios conseguem agregar os três recursos (Reis, 2014).

Ao longo do tempo, a rádio adquiriu uma "escrita própria", com o objetivo de prender a atenção do público desde o primeiro instante. O texto deve ser interessante, mas simultaneamente conter informação útil para o ouvinte. A informação deve abranger o maior número possível de pessoas, ou seja, o locutor tem de falar individualmente para cada um, mas ter consciência de que está a falar para um público amplo e heterogéneo (Amorim, 2008).

5.2. O som

Quando falamos em rádio, é inevitável pensarmos em som. As rotinas produtivas dos jornalistas de rádio estão orientadas em busca de som. As declarações dos protagonistas atribuem credibilidade ao radiojornalismo e aumentam a probabilidade de um acontecimento se tornar notícia (Bonixe, 2011).

O registo sonoro ou registo magnético (RM), como é conhecido na gíria entre os jornalistas de rádio, pode desempenhar três funções básicas na informação radiofónica: informar, credibilizar e introduzir ritmo. A maior parte das vezes as três funções coexistem (Meneses, 2016). O RM tem a função de informar quando acrescenta elementos novos relativamente àqueles que foram ditos pelo editor. Tem a função de credibilizar quando dá elementos novos para o ouvinte, e esclarece qualquer dúvida sobre determinada situação. E por fim, introduz ritmo, quando há um registo de voz diferente (Meneses, 2016).

O som tem, portanto, um papel editorial e, por isso, é um critério de noticiabilidade. De uma forma geral, a informação na rádio precisa de som, já que a audição é dos cinco sentidos do ser humano aquele que rege e está na essência da rádio. No radiojornalismo o som representa um valor-notícia, capaz de influenciar e pesar na hora de decisão de um noticiário (Bonixe, 2011).

O pensamento de um jornalista de rádio, quando uma notícia chega é: quem se entrevista? Quem pode ser ouvido? Que som pode ser gravado para ilustrar, narrar, melhor transmitir a notícia ao ouvinte? (Reis, 2015) E esta busca pelo som sofreu alterações ao longo dos anos. Se, nos primórdios do radiojornalismo os jornalistas

apenas conseguiam declarações e registos sonoros se saíssem à rua, em reportagem, hoje a realidade das redações é bem diferente. Os profissionais conseguem obter sons à distância: através dos telemóveis, gravadores e fontes na internet (Reis, 2015).

5.3. A voz

Se na rádio todos os acontecimentos têm uma correspondência sonora, a voz é o principal deste meio. João Paulo Meneses (2016) enumera dois registos dos jornalistas de rádio: o que lê e o que fala. O expectável é que qualquer profissional de rádio disfarce a leitura, para dar um tom o mais natural possível. No entanto, ressalva que é sempre melhor um texto bem lido do que um mau improviso. A qualidade da leitura de um texto de rádio resulta, entre outros critérios, da capacidade de gerar ritmos interiores, por causa das chamadas "pausas de tensão" (uma forma de dar ênfase). Qualquer texto já tem as pausas que resultam da entoação. As "pausas de tensão" são bastante menos marcadas e não dependem dos sinais gráficos do texto. É pelo contraste de abordagens, numa espécie de pára-arranca muito suave, que o texto ganha vida e a leitura se torna humanizada. Este tipo de pausas é fundamental para destacar aquilo que parece ser mais importante. (Meneses, 2016).

A comunicação oral e a importância da voz têm sido também trabalhadas por coach vocais, como por exemplo Inês Moura (2018), que alerta para o problema que existe quando "o desvio da fala é tão significativo que capta mais a atenção do que a mensagem, ao ponto de se tornar ruído na comunicação e uma mancha na credibilidade do orador" (Moura, 2018, p.76), deixando claro que a escolha das palavras a utilizar também deve ser cuidadosa, para que a voz saia projetada, bem como o tom com que se fala, que deve ser interessante e energizado, variando em "volume, ritmo, pausas e ênfase na dicção" (Moura, 2018, p. 64).

A defesa desta ideia encontra corroboração em João Paulo Meneses (2011) e aplica-se ao jornalismo, quando o académico e jornalista português refere que o melhor jornalista de rádio seria aquele que a um bom domínio da técnica da notícia juntasse a capacidade de escrever da mesma forma que fala. Meneses (2016) destaca mesmo cinco aspetos importantes para um bom desempenho vocal:

- Entoação: dar uma boa entoação ao texto, é fazer uma leitura correta das pausas que escrevemos no texto, sobretudo das vírgulas, pontos finais, ponto de interrogação. O autor explica que no radiojornalismo o ideal é que exista uma "entoação média" e não uma "entoação neutra" (monocórdica, morta) ou "cantada" (artificial, caricata).
- Dicção: uma boa dicção é aquela que respeita a língua portuguesa e que facilita a compreensão das palavras. Ou seja, se um dos objetivos dos jornalistas é aproximar-se do ouvinte, na mensagem que é transmitida e na forma como é transmitida. O jornalista deve ter o cuidado de falar da forma mais correta possível.
- Respiração: o fôlego e o controlo respiratório são fundamentais para não haver frases interrompidas. Quem consegue respirar com naturalidade pode concentrar-se no texto, consegue lembrar-se de algo e, se for necessário, pode até improvisar. A respiração deve ser suave e silenciosa, deve ser feita pela boca e pelo nariz, alternadamente. De acordo com Inês Moura (2018, p.47), "respirar de forma suave e profunda é bom para o corpo em geral. Pode acalmar a mente, centrar a atenção e dar à voz o poder e a consistência de que necessita".
- Ritmo: pode variar em função de cada notícia, dentro de três parâmetros: a importância dos acontecimentos relatados, a hora a que são ditos e o contexto em que são transmitidos.
- Atitude: é ter convicção naquilo que se diz, transmitir segurança e credibilidade através da voz.

Já que a escrita condiciona a leitura no jornalismo radiofónico, importa perceber qual a fórmula ideal na informação da rádio.

5.4. A escrita

No jornalismo, em geral, existe a regra de escrever, num primeiro momento, os aspetos que tendem a ser mais importantes para a audiência, terminando sempre com os aspetos menos relevantes (Meneses, 2016, p. 21).

Podemos constatar que no alinhamento de qualquer noticiário de rádio está sempre em primeiro a notícia com mais interesse para o público. E, de que forma o editor seleciona qual a notícia que merece maior destaque? Respondendo às seguintes

questões: É importante? Vai afetar a maioria dos ouvintes? É interessante? É nova? Vai de encontro à linha editorial? Ocorreu longe ou perto? É exclusiva? (Gradim, 2000).

Nesta perspetiva, da construção da notícia, vários autores abordam um conceito muito conhecido pelos jornalistas: a pirâmide invertida. O que quer isto dizer?

Significa, muito simplesmente, que numa notícia, a seguir ao lead, todas as restantes informações são dadas por ordem decrescente de importância, de forma que, à medida que se vai descendo no corpo da notícia, os factos relatados tornam-se menos essenciais. Os leads têm duas funções a cumprir: informar imediatamente o leitor das características mais importantes do facto que se noticia; e serem atraentes apelando à leitura do resto do texto.

Um lead bem construído dispensa o leitor apressado de se deter no resto da peça, porque a informação básica mais importante já foi dada; mas se retiver o carácter apelativo é, simultaneamente, o melhor anúncio publicitário que tal peça pode ter – e o leitor quererá lê-la até ao fim.

O lead é o primeiro parágrafo na notícia que tem de responder a seis questões: Quem, O Quê, Onde, Quando, Como e Porquê.

Isto vale para a rádio, mas também para qualquer outro órgão de comunicação social. A única coisa que distingue a rádio é que tem um tempo mais limitado para contar um determinado acontecimento.

Na estrutura da notícia a primeira frase deve prender o ouvinte e, para isso, deve conter a ideia mais importante. No encerramento da notícia, pretende-se que seja recuperado o essencial do que foi dito, ou que se acrescente mais informação.

Baseadas nesta técnica, as estações de radiodifusão começaram a introduzir títulos de abertura, imediatamente antes do separador de publicidade, ou de um jingle, para captar a atenção do ouvinte desde o primeiro momento (Meneses, 2016, p.31).

> Devemos evitar os lugares-comuns, mas podemos reconstruí-los, reformulá-los, reinventá-los com a realidade. A palavra – quando é bem escolhida – tem a capacidade de evocar a imagem visual (Meneses, 2016, p.20).

Os jornalistas de rádio devem usar uma linguagem que seja ao mesmo tempo próxima daquela que os ouvintes estão habituados a ouvir, sem ceder a extremos.

Em suma, as notícias em rádio devem ser escritas de forma linear, sem informalidades, mas de fácil compreensão.

É uma consequência inevitável. Podem existir jornalistas extraordinariamente bons a recolher informação e muito maus a enunciá-la. Por isso é que entre as funções dos editores se inscreve, logicamente, a edição dos textos (Sousa, 2001).

A rebelião criativa pode, no entanto, revelar-se um precioso auxiliar do jornalista inteligente. Escrever sobre o que se sabe e contar bem o que há para contar representam, em última análise, os principais ingredientes da enunciação jornalística. Mas pode ser-se criativo, pode contar-se bem o que há para contar, respeitando-se as regras que fazem do texto jornalístico um texto informativo capaz de chegar a um grande número de pessoas.

O jornalista deve ser capaz de conseguir explicar a todo o público, independentemente da idade, profissão, classe social e nível de formação, quais são os acontecimentos no mundo (Aguiar, 2016).

5.5. Rotina produtiva na informação da rádio

A rotina produtiva na informação da rádio está focada, principalmente, no presente, em produzir e disseminar notícias o mais rápido e da melhor maneira possível.

Há uma imensidão de acontecimentos, todos dos dias, num mundo que não dorme, e a comunicação social não só tem de estar atenta, como tem de fazer escolhas. O que é notícia em Portugal pode não ser em Espanha, e nem precisámos de ir tão longe. O que tem interesse público para um órgão de comunicação nacional pode não ter para um *media* de âmbito local. No entanto, há critérios que se assemelham e é, sobretudo, deles que vamos falar neste ponto (Mendes, 2010).

Perante os diversos temas que chegam diariamente às redações, os jornalistas precisam de ter a capacidade de selecionar aquilo que constitui interesse público, o que é mais relevante e merece ser tratado e desenvolvido. A isso se chama de agenda-setting[9], que consiste na seleção que o jornalista faz entre aquilo que é e não é notícia (Castro, 2012), criando assim uma tematização dos acontecimentos e uma agenda própria que, posteriormente, se reflete na agenda do público (Traquina, 1993), embora com vários graus ou intensidades consoante o meio de comunicação social, o assunto ou mesmo a agenda do público (Midões, 2011).

A necessidade de estar informado é partilhada por todos. "São os meios de comunicação social que, de modo decisivo, apresentam à comunidade os temas e as

[9] Conceito introduzido por MacCombs e Shaw em 1972

pessoas sobre os quais irá incidir o debate, existindo deste modo uma relação entre a agenda dos *media* e a agenda pública" (Correia, 2004, p. 184).

A escolha e distinção daquilo que será ou não relevante obedecem a um conjunto de critérios de noticiabilidade inerentes à própria cultura jornalística e que, mesmo entre os diferentes meios e órgãos de comunicação, são muito semelhantes.

Os critérios de noticiabilidade são o "conjunto de elementos através dos quais o órgão de informação controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias" (Wolf, 1992, p. 173). São eles que determinam que acontecimentos são interessantes e possuem relevância para o público. O jornalista seleciona o melhor para o leitor e aquilo que será mais interessante e visível (Cardet, 1980). Depois de recolhida, a informação é interpretada, selecionada e hierarquizada pelo jornalista, transformando-se em notícia para ser difundida pelo órgão de comunicação.

Sousa (2005), Traquina (2002), e Wolf (1992) apontam vários critérios, que procuram definir se um acontecimento é noticiável. Dos mais consensuais entre estes investigadores, enumeramos 12:

Frequência: Tem a ver com o tempo em que o acontecimento se desenrola e o tempo que demora a ganhar dimensão. Se coincidir com a dos meios noticiosos, o acontecimento terá mais interesse para ser noticiado;

Amplitude do evento: Para explicar este critério, os autores recorrem ao exemplo de um sinal de rádio, referindo que uma maior amplitude do sinal o torna mais audível. Nesse sentido, um evento terá de ultrapassar um determinado limiar de amplitude para se tornar noticiável;

Clareza: Quanto mais dúvidas suscitar determinado acontecimento, menos probabilidade tem de ser noticiado;

Significância: O impacto que a notícia pode ter sobre o público, pela sua relevância ou proximidade;

Consonância: Quanto mais um acontecimento corresponder às necessidades dos *media* e se enquadrar nos seus esquemas rotineiros de produção, maior probabilidade terá de ser noticiado;

Inesperado: Um acontecimento imprevisível tem mais probabilidade de se tornar notícia em relação a um acontecimento previsto e agendado. De entre os inúmeros acontecimentos significativos, serão notícia os mais inesperados;

Continuidade: Acontecimentos que tenham já sido noticiados, mas que sofrem algum tipo de desenvolvimento relevante, tendem a ser notícia;

Composição: Um acontecimento que se enquadre na grelha do noticiário estabelecido será mais facilmente noticiado;

Importância dos países envolvidos: Tornam-se notícia com mais frequência as nações poderosas do que as que têm menos relevância económica e política;

Referência pessoas de elite: quanto maior a importância social dos sujeitos que integram o acontecimento maior a probabilidade de se tornar notícia. Acontecimentos que envolvam pessoas conhecidas na estrutura social são mais facilmente assuntos de notícia do que aqueles que envolvem o cidadão comum;

Personalização: A notícia apresenta sempre o acontecimento como consequência do ato de alguém;

Negatividade: Acontecimentos com um carácter negativo, como é o caso dos conflitos e acidentes, são noticiados com mais frequência;

Apesar da relevância que estes, e outros, critérios assumem na rotina produtiva do jornalismo, é importante que não nos foquemos apenas nos critérios de noticiabilidade. Há outros aspetos que influenciam no momento em que se decide o que deve ser noticiado. A linha editorial de cada órgão de comunicação tem de ser respeitada, assim como as apreciações de cada membro da redação.

Depois de selecionados os assuntos que vão ser tratados, cada meio de comunicação tem uma forma diferente de os desenvolver. No caso da rádio, a notícia deve ser construída e pensada no sentido que pode ser ouvida já a meio e que as condições do ouvinte podem condicionar a mensagem. Uma notícia de rádio bem redigida quase nunca será boa para a imprensa e vice-versa. No jornalismo de imprensa, os temas podem ser desenvolvidos de outra maneira, com outros pormenores e profundidade que são dispensáveis em rádio.

Esta "discussão" sobre os assuntos que estão na ordem do dia e que podem e devem vir a ser noticiados, acontece, sobretudo, durante as reuniões de redação. A prática das redações inclui reuniões editoriais diárias. Podemos quantificar e classificar três tipos de reuniões: de preparação; de avaliação; e operacionais (Crespo, Foá e Martinho 2019).

Nas reuniões de preparação, que acontecem geralmente no início de cada turno, os editores e os restantes jornalistas discutem, principalmente, as decisões para o próprio

dia. Ficam estabelecidos os temas que vão ser tratados, de que forma vão ser abordados, e é feita a preparação para a produção da notícia (desde os recursos humanos aos materiais). Nas reuniões de avaliação é feita uma análise daquilo que foi feito no dia anterior ou até no próprio dia, dependendo do momento em que se fazem estas reuniões. Por fim, nas reuniões operacionais é preparado o dia seguinte e, muitas vezes, também é feita a avaliação (as duas reuniões não têm de estar obrigatoriamente separadas, isso vai depender da organização de cada redação). Como a agenda para o dia seguinte é verificada, todas as fontes possíveis para as notícias são escolhidas e contactadas, para que toda a preparação possa ser feita com tempo. Essas questões são tratadas pela equipa de produção avançada (Crespo et al., 2019). Esta é uma das principais preocupações dos jornalistas: mostrar diferentes pontos de vista sobre cada assunto para garantir uma visão mais ampla e identificar corretamente todas as fontes citadas nas notícias (nome e ocupação, mais instituição, quando relevante). Esta abordagem também exige que os jornalistas façam um esforço para obter citações de reação para cada notícia.

Por forma a fechar este ponto dedicado à rotina produtiva, parece-nos pertinente apresentar, de seguida, na Tabela 2, um conjunto de vocábulos que dizem respeito à gíria dos jornalistas de rádio, utilizadas em contexto de redação e de trabalho de saídas em reportagem.

Tabela 2 – Glossário do vocabulário usado na gíria do jornalista de rádio

Breve	É uma notícia muito curta, sem sons. Texto corrido.
Bruto	É o total de tempo de uma gravação. Está em bruto quando ainda não foi editado pelo jornalista, apenas foi gravado.
Deixa	São as últimas palavras de um som ou de um direto, que permitem que o repórter ou o editor peguem na emissão sem pausas artificiais. O conhecimento prévio da deixa é condição importante para uma boa articulação.
Editar	Pode ter vários significados. Pode ser dito quando se está a editar um som, nomeadamente a cortar as imprecisões de um bruto de uma entrevista ou a selecionar os sons (RM) da fonte de informação e que vão complementar ou corroborar a informação avançada pelo repórter. Também é usado este termo quando alguém está a ler/escrever os noticiários. Ou, (mais raro), um sinónimo de "ir para o ar" – "quantas vezes

	esse som já foi editado?”
Falso direto	É um direto gravado, sem qualquer tipo de edição, simulando uma situação de direto real.
Feedback	Quando um som está a reentrar pelo microfone. É a chamada sobrealimentação, porque o retorno está alto ou há um rádio muito perto.
OFF	Quando se trata de ler um texto a seco, seja na informação seja na publicidade.
Papel	É escrever um texto. Usa-se principalmente quando não há sons.
Peça	O trabalho jornalístico, uma notícia ou uma reportagem gravada, por exemplo, são chamadas de “peça”. Geralmente está associado à gravação por parte do repórter que foi ao terreno obter a informação, que gravou em estúdio ou por telefone com a fonte de informação, embora também se possa “ler uma peça” em direto. “Fazer uma peça”.
Promo	Fazer a promoção de uma iniciativa regular ou de um especial da emissão. Por exemplo, de uma grande entrevista ou de uma grande reportagem. Mais usada quando se trata de um exclusivo do próprio órgão de comunicação social.

Fonte: Elaboração própria, baseada na observação de estágio na rádio Antena 1, complementada com a leitura da obra Jornalismo Radiofónico de João Paulo Meneses, (2016).

5.6. Categorização da informação no jornalismo

Os *media* alargam e estruturam o nosso conhecimento sobre o mundo. Eles definem aquilo que deve ser merecedor de visibilidade, de relevância social e, consequentemente, tema de discussão pública. Afirmam-se no quotidiano como os principais mediadores, definidores e construtores sociais (Ascensão, 2016).

> Se entendermos as notícias como uma construção da realidade, podemos afirmar que, neste processo construtivo, há sempre um trabalho de seleção daquilo que é mais importante e interessante para o público. Ao dar uma notícia, o jornalista afirma que esta é relevante e define aquilo que deve ser do conhecimento público (Ascensão, 2016, p. 25).

As escolhas prendem-se com vários tipos de critérios de noticiabilidade como já vimos anteriormente. No jornalismo existem, por norma, as seguintes categorias temáticas:

Política - nesta categoria compreendem-se todos os acontecimentos relacionados com a política do país, isto é, todos os assuntos relacionados com o Estado, o governo português, questões e medidas parlamentares, bem como ações concretizadas por políticos portugueses dentro e fora de Portugal.

Economia - qualquer assunto que diga respeito à economia portuguesa, quer seja relativo à gestão de problemas financeiros, quer seja relacionado com as atividades económicas do país, como por exemplo, o comércio, as indústrias ou a prestação de serviços.

Internacional - acontecimentos que têm lugar fora do território nacional, ou seja, por todo o mundo. Ocorrências que estão ligadas à política, cultura, economia, sociedade ou até a desastres naturais internacionais, serão atribuídas a este tema.

Saúde - todos os acontecimentos alusivos à área da saúde, isto é, novas descobertas científicas no campo da medicina, doenças, funcionamento de hospitais e centros de saúde, eventualidades médicas, etc.

Sociedade - casualidades do dia-a-dia da sociedade portuguesa. Temas como a educação, segurança, crime, desastres naturais ou qualquer outro assunto corrente respeitante à comunidade, serão integrados neste grupo.

Cultura - eventos ou acontecimentos que, de uma maneira ou de outra, contribuem para a cultura da sociedade portuguesa, ou seja, assuntos relacionados com história, arte, literatura, pintura, moda, música, fotografia, teatro, cinema, entre outros.

Desporto - cobertura de eventos desportivos ou de qualquer assunto que esteja relacionado com o desporto, como por exemplo, jogos de futebol, conferências de imprensa ou ainda comentários desportivos.

Num noticiário generalista, qualquer categoria temática pode ser o tema de abertura, ou seja, não há por definição a obrigatoriedade de seguir uma regra ou ordem específica. Tanto pode ser mais importante para o noticiário das 8h00 abrir com uma notícia de desporto, pela sua atualidade, como pode ser pertinente abrir com um assunto de política ou de cultura, dependendo do impacto que tenha esse acontecimento. Ainda assim, sabemos que é mais comum serem noticiadas determinadas categorias a abrir os blocos informativos, mas não existe essa regra.

5.7. Fontes de informação

Toda informação tem uma origem ou contextualização. O jornalismo não existe sem fontes (Neves, 2017, p.22), que são um dos principais ativos da comunicação social, já que atualmente grande parte das notícias divulgadas não resultam de acontecimentos testemunhados em primeira mão (Midões & Martins, 2020).

Por esta razão, este torna-se talvez um dos pontos mais importantes desta investigação. Para percebermos a estratégia utilizada pela rádio no serviço de informação, inevitavelmente, teremos de abordar um dos aspetos que mais influência tem nas rotinas produtivas do radiojornalismo.

Já vários autores realizaram estudos acerca das fontes de informação, embora com uma base teórica semelhante, apresentam diferentes definições. Entre estes autores e estas definições encontramos Sigal (1986), que conceptualiza em fontes oficiais e não oficiais, Hess (1984), que categoriza em relação à forma como se organizam em situações de rotina e de crise, Hall (1978) como o primeiro definidor, e mesmo Molotch e Lester (1974) com o conceito de promotor.

Fontes de informação são pessoas ou grupos, bem como vestígios (falas, documentos ou dados) que fazem chegar informação aos jornalistas (Midões & Martins, 2020). Antes eram os jornalistas que iam à procura das notícias, atualmente são muito os assuntos que chegam às redações, sem muitas vezes os jornalistas terem de sair da redação. O jornalista acaba por ter o papel de coletor de informação junto das fontes (Sousa, 2003).

As fontes de informação servem para citar factos, dar credibilidade ao que o jornalista constata, dar o seu parecer e sugerir recomendações quando são reconhecidas socialmente, por exemplo, um administrador do hospital, um professor, etc (Neves, 2017).

Num ensaio que já conta com mais de duas décadas, e que visou tipificar as diferentes fontes de informação, Manuel Pinto (2000), apresenta-as reagrupadas da seguinte forma:

- Natureza: Pessoais ou documentais
- Origem: Oficiais ou privadas
- Duração: Casuais ou permanentes

- Âmbito geográfico: Locais, nacionais ou internacionais
- Grau de envolvimento nos factos: Oculares ou primárias e indiretas ou secundárias
- Atitude face ao jornalista: Ativas (dão a informação por iniciativa própria) ou passivas (são procuradas pelo jornalista durante a sua atividade)
- Identificação: Assumidas ou anónimas
- Estratégia de atuação: Preventivas ou defensivas

Através desta classificação, conseguimos perceber que as fontes de informação têm diferentes níveis de acesso aos meios de comunicação social e existe, na maioria das vezes, um ângulo de interesse para a fonte. Esse interesse pode ser o de publicitar a sua versão dos factos, as suas ideias ou ter o assunto retratado nas notícias (Midões & Martins, 2020).

> As redações não se podem contentar com as informações recebidas, têm de as completar, de as confirmar, de lhes detetar o significado real" (Crato, 1992, p. 91).

A relação circular entre as fontes e os jornalistas é regida sob um jogo de interesses, na medida em que uns colmatam as necessidades dos outros e vice-versa.

Os jornalistas sabem, à partida, que as fontes são pessoas interessadas. A elas importa-lhes veicular e promover atividades, marcar uma posição ou até comentar outras fontes. Já para os jornalistas importa que os protagonistas facultem dados adequados e detalhados, sem alterações (Neves, 2017).

Manuel Pinto (2000) enumera os principais objetivos das fontes ao facultar informação aos jornalistas e os objetivos dos jornalistas em relação às fontes. Para o autor, entre os objetivos das fontes podem estar: a visibilidade nos *media*, a imposição de temas na agenda, a angariação de apoio ou adesão a determinadas assuntos, a reparação de prejuízos, a neutralização dos adversários e a criação de uma imagem pública positiva. Do lado dos jornalistas, os principais motivos de interesse nas fontes são: obter informação inédita, confirmar ou desmentir informações, dissipar dúvidas, lançar ideias e debates, veicular avaliações de peritos e dar credibilidade às informações por si recolhidas (Midões & Martins, 2020).

Sabendo que o tempo é um dos instrumentos mais valiosos para os jornalistas, as fontes dão a conhecer antecipadamente os acontecimentos, para que os jornalistas

consigam gerir e "tratar" a informação. O facto de os jornalistas trabalharem quase sempre na antecipação, por uma questão de gestão de tempo, faz com que as fontes ganhem valor e credibilidade por responderem às solicitações de forma rápida, eficaz e responsável (Ferreira, 2010).

SEGUNDA PARTE:

OS ESTÁGIOS NA ANTENA 1 E NA RÁDIO RENASCENÇA

Introdução

Ainda antes da inscrição no segundo ano letivo do Mestrado de Comunicação Aplicada, o tema do estudo já estava pensado. A Antena 1 já era uma opção, ainda antes da entrada para esta última etapa académica. É um dos meios de comunicação mais antigos do país. Por toda a sua história, pelo seu crescimento e pela importância que tem, sempre suscitou muito interesse enquanto profissional de rádio.

O estágio na Antena 1 teve início no dia 2 de novembro de 2021 e terminou a 30 de maio do mesmo ano, com uma interrupção pelo meio entre 28 de janeiro a 23 de maio. No total, foram 70 dias de estágio.

Recordo-me da minha chegada pela primeira vez às instalações, como se fosse hoje. Aguardava pela autorização dos seguranças para entrar no edifício, enquanto o contemplava com o brilho no olhar de quem acreditava que ali todos os sonhos eram concretizáveis, ali havia um mar interminável de oportunidades para evoluir profissional e pessoalmente. A ansiedade e a vontade de trabalhar perto daqueles que considero estarem entre os melhores profissionais do meio, eram evidentes. Mas, sempre sem expectativas, não fazia ideia do que poderia esperar. Agora sei que a experiência vivida na redação da Antena 1 superou qualquer expectativa que pudesse ter criado.

O primeiro dia de estágio foi dedicado a conhecer as instalações da rádio, alguns jornalistas que estavam presentes, assim como algumas rotinas da redação, desde a informação da Antena 1, até à edição dos noticiários da Antena 2. Desde o primeiro dia, fui acolhida por todos da melhor forma. E foi nesse dia que ficou estabelecido qual o turno que iria integrar durante todo o estágio. Em diálogo com António Jorge, diretor de informação da RTP Norte, foi-me proposto que integrasse o turno da Manhã 1. Assim foi, durante três meses.

Para contextualizarmos, torna-se pertinente explicar que a redação da Antena 1 está organizada e dividida por cinco turnos - Manhã 1, Manhã 2, Tarde, Noite e Madrugada – tal como acontece na maior parte das redações das rádios nacionais em Portugal. Durante este período de estágio, a Manhã 1 estava a ser produzida no Porto, ou seja, em grosso modo o maior número de jornalistas está na redação do Norte, onde é feita a edição dos primeiros noticiários da manhã (entre as 7h00 e as 10h00, inclusive), com o apoio de uma equipa em Lisboa, que conta com três a quatro jornalistas.

Tendo em consideração o horário da Manhã 1, e de forma a dar apoio a este turno, existe uma equipa que trabalha num horário um pouco mais tardio (do que a Manhã 1), mas que ainda participa na segunda reunião de equipa, na qual são estabelecidas as diretrizes para o dia seguinte. A principal função da "Produção Avançada" é, por isso, produzir conteúdos para a Manhã 1, desde entrevistas, peças ou reportagens.

De segunda a sexta, entrava nas instalações da RTP por volta das 5h00, chegada essa que coincidia, muitas vezes, com a chegada da transportadora que, diariamente, entrega os jornais impressos (nacionais generalistas e desportivos). É da responsabilidade da Manhã 1 garantir que esses jornais que são entregues e rececionados pelo segurança, cheguem à redação. Responsabilidade essa que advém de uma necessidade. É importante para os todos os jornalistas estarem informados, em particular os jornalistas que vão "abrir" o dia informativo. Por isso, esta era (e foi durante todo o estágio), a primeira tarefa que realizava assim que chegava à redação: ler os jornais do dia para, posteriormente, em reunião de redação, sugerirmos e discutirmos os temas que mereciam ser tratados.

O estágio na Antena 1 foi uma experiência que me enriqueceu pessoal e profissionalmente. Foram três meses que passaram como se tivessem sido apenas três segundos, mas que ficarão na memória para a vida toda.

Concluído o primeiro estágio, foi tempo de avançar para a segunda experiência. O segundo estágio foi realizado na redação da Rádio Renascença, em Vila Nova de Gaia. Ser recebida de braços abertos na Renascença foi, igualmente, um privilégio. É, a par da Antena 1, a rádio nacional mais antiga e que ainda vigora. Tem feito um percurso incrível, ao longo de quase 90 anos de emissão, conseguindo adaptar-se constantemente às novas necessidades dos ouvintes. Falo, especificamente, no que ao jornalismo diz respeito. Não só em antena, como no digital. Percebi com a minha experiência que o, agora Grupo Renascença Multimédia, do qual faz parte a Rádio Renascença, faz um esforço enorme para desenvolver um trabalho atrativo e que vá de encontro à evolução dos novos tempos. Posto isto, a curiosidade em fazer parte deste grupo de trabalho era muita. E, precisamente porque já levava comigo a experiência na rádio pública, tinha muitas expectativas para observar e participar nas rotinas da redação da emissora católica. Desde logo, é inevitável a comparação entre as duas redações. O facto de ter estado na Antena 1, antes de chegar à RR, faz com que inconscientemente compare as

duas estações. Embora saiba que têm conceitos completamente distintos, a informação à partida terá sempre o mesmo objetivo, no entanto com estratégias distintas.

O estágio na RR teve uma duração de dois meses, entre setembro e outubro de 2022, entre segunda e sexta-feira. Estive inserida no turno da Tarde, de decorre entre as 14h e as 20h. Logo no primeiro dia de estágio, foi-me sugerido que fizesse parte deste turno, para que conseguisse ter uma experiência mais enriquecedora, já que os noticiários, eram produzidos a partir da redação do Norte. Desde logo, percebi que o número de jornalistas é muito mais reduzido na rádio privada, em comparação com a Antena 1. No turno da Tarde estavam quatro jornalistas no Porto e um, ou, por vezes dois, em Lisboa.

A equipa de trabalho não realizava reuniões de turno, pode ter acontecido uma ou outra vez, mas não faziam parte da rotina da redação. Os temas do dia iam sendo discutidos no decorrer do horário de trabalho. Os noticiários, ou as "sínteses", nome mais utilizado pelos jornalistas da RR, tinham apenas 3 minutos, ou 5, dependendo da hora. E também consoante o horário, havia um ou dois temas em maior desenvolvimento, normalmente com uma duração entre três e quatro minutos, logo a seguir a um spot publicitário que entrava depois da síntese.

1. A experiência na Antena 1

O primeiro dia de estágio foi quase que uma preparação para aquilo que viriam a ser os três meses seguintes. Tenho bem presente na memória este dia: escrevi a primeira Revista de Imprensa[10] e, posteriormente, gravei-a num dos estúdios disponíveis. Conheci as instalações da rádio, que englobam não só os estúdios onde é feita a emissão da Antena 1, mas também, os estúdios, no Piso 2, onde são produzidos os noticiários da Antena 2 e Antena 3.

No segundo dia cheguei à redação, em Vila Nova de Gaia, minutos antes das 5h00. Nesse dia conheci todos os elementos da equipa da Manhã 1, não só do Porto, mas também os colegas de Lisboa (que reuniam connosco todos os dias à distância). Consegui, logo no primeiro dia, ter a noção da forma como funcionava o turno.

Uma das primeiras tarefas realizadas pelos jornalistas daquele turno é ficar a par daquilo que sai na imprensa nacional.

No terceiro dia de estágio e dali em diante, consecutivamente, todos os dias, lia os principais jornais nacionais. Depois deste primeiro momento, os jornalistas consultavam os seus e-mails e as agendas eletrónicas para perceber quais os acontecimentos que estavam previamente agendados, o que iria acontecer ou o que tinha acontecido.

Uma das práticas mais importantes nas rotinas de redação é a chamada "passagem de turno", quer isto dizer que a equipa do turno anterior tem de ter a preocupação de transmitir a informação importante à equipa que vai entrar ao serviço. Esta passagem de testemunho torna-se necessária para os jornalistas que vão dar início a um novo turno. Precisam perceber de que forma foram desenvolvidos os temas que estão na ordem do dia, o que pode ainda ser feito, o que não foi possível produzir, ou seja, diretrizes fundamentais para guiar o plano de trabalho.

A minha experiência da Antena 1 foi preenchida com muitos trabalhos jornalísticos, todos eles direcionados sobretudo para o turno no qual estava inserida, mas houve uma ou outra situação pontual em que tive a oportunidade de trabalhar para outros turnos.

[10] Síntese das principais notícias publicadas na imprensa escrita

1.1. Rotinas produtivas

As rotinas de uma redação estão previamente estabelecidas para evitar imprevistos, ainda que eles façam parte do dia-a-dia de qualquer órgão de comunicação social. Um dos primeiros sinais de que existe essa organização atempada, é o facto de existirem equipas definidas para determinados horários e jornalistas distribuídos por esses mesmo turnos. Ainda que tudo possa ser alterado face às necessidades do momento.

São várias as rotinas que já estão praticamente "automatizadas" no dia-a-dia da redação da Antena 1, em específico falamos na Manhã 1, e são elas: as duas reuniões de redação com os jornalistas do turno; a leitura e consulta da imprensa nacional, mas também de outros meios internacionais; e, naturalmente, os horários dos blocos informativos, que acontecem à hora certa e às meias horas.

É importante contextualizarmos de que forma funciona o turno. Tendo em conta que a Manhã 1 começa às 5h00 e termina por volta das 12h00, é necessário existir um trabalho posterior a este horário, mas que servirá o turno para o dia seguinte. Quer isto dizer que, na equipa da Manhã 1, em Gaia, onde são produzidos os noticiários, estão habitualmente sete jornalistas, com o apoio de dois elementos na redação de Lisboa. Existe também, uma equipa de produção, que entra ao serviço num horário um pouco mais tardio, por volta das 11h00, e que integra já a segunda reunião do turno da Manhã 1. Os jornalistas que fazem produção estão nessa reunião, precisamente para dar seguimento ao trabalho do turno e ajudar a preparar o dia seguinte. Ou seja, tendo em conta o horário a que é realizado a Manhã 1, há muitas dificuldades em fazer contactos até às 8h00/9h00 da manhã, por isso é tão importante para este turno a existência desta equipa de produção. O objetivo é que haja material para o dia seguinte.

As rotinas produtivas da redação da Antena 1 incluem, naturalmente, as tarefas comuns de um jornalista de rádio. Desde saídas em reportagem, à elaboração de notícias, ao contacto com as fontes de informação, etc. Enquanto estagiária foi-me dada a oportunidade de executar estas funções, sempre com a preocupação por parte da equipa com a minha aprendizagem e a minha experiência profissional.

A motivação de qualquer estagiário será, à partida, colocar na prática as aprendizagens adquiridas no curso. Ou seja, fazer o mesmo que fazem os profissionais da área, e, quanto mais melhor, porque neste caso a quantidade leva-nos à qualidade.

Acredito que quanto mais fazemos jornalismo, melhor o vamos fazendo, sempre com a ideia em mente que estamos em constante aprendizagem. Enquanto jornalista estagiária da Antena 1 tive a oportunidade de fazer tudo aquilo que um profissional da área faz, ainda que com algumas limitações inevitáveis pelo facto de ser "apenas" estagiária. Para uma melhor descrição desta experiência, dividimos por tópicos as principais tarefas que foram executadas ao longo dos três meses na redação da rádio pública.

1.1.1. Saídas em reportagem

No contexto jornalístico, a reportagem é recorrentemente intitulada de 'género nobre'. Se a notícia é o género básico do jornalismo, a reportagem é o "género por excelência" (Sousa, 2001, p.259). Este estatuto deve-se a um conjunto de fatores que diferenciam este género jornalístico dos restantes. Ao contrário da notícia, a reportagem não se orienta segundo uma estrutura fixa - como a pirâmide invertida. Este género jornalístico permite liberdade expositiva e uma maior profundidade no tratamento de um tema ou de uma história (Simões, 2021).

Na Manhã 1 praticamente todos os noticiários têm pelo menos uma reportagem. É uma preocupação do turno, muito embora o horário seja limitador, como já falámos anteriormente. Existe esse cuidado em fazer um trabalho previamente preparado, para que os noticiários consigam ter uma diversidade nos géneros jornalísticos apresentados ao ouvinte. É facto que não existem muitos acontecimentos ou disponibilidade para "sair em reportagem" na Manhã 1. Aquilo que acontece, recorrentemente, é saídas em reportagem, mas mais na ótica dos diretos ou falsos diretos. No período que estive na redação tive a oportunidade de sair três vezes em reportagem.

Na minha primeira saída acompanhei o jornalista João Couraceiro. Fomos até uma das principais artérias na baixa do Porto, que viria a encerrar ao trânsito devido a obras no Metro do Porto.

É fundamental perceber de que forma é feita a preparação do jornalista que vai sair em reportagem. Naturalmente, numa primeira fase, é escolhido o assunto que vai ser desenvolvido e a maneira como vai ser abordado, é importante termos em mente de que forma vamos "pegar" no assunto, para estruturarmos, nem que seja mentalmente, aquilo que será o trabalho final. Trata-se da escolha do tema ou do ângulo que lhe vamos dar (Granado, 2021), normalmente, depois de tratado este primeiro aspeto, selecionamos os protagonistas que vão dar voz à reportagem, estabelecemos os respetivos contactos para perceber a disponibilidade e definirmos um horário para realizarmos a entrevista. No momento da saída para o exterior, no caso do jornalista de rádio, é necessário que este se certifique que leva o material necessário, indispensável para a realização do trabalho. Os principais são: o gravador e o microfone, pois sem eles não obtemos os registos sonoros. Por precaução, torna-se necessário verificar as baterias dos materiais, assim como o espaço de armazenamento. Por isso, é importante levarmos

pilhas ou baterias extra, assim como fazer uma limpeza à memória do gravador, para que não surjam imprevistos desagradáveis que possam colocar em causa o trabalho. Depois, dependendo do método de trabalho de cada jornalista, pode ser conveniente levar um bloco de notas e uma caneta, tanto para consultar a estrutura das entrevistas, assim como, para fazer apontamentos que terão de ser relembrados mais tarde durante a edição da reportagem. Há quem utilize o telemóvel como bloco de notas, mas o certo é que quase todos os jornalistas, inclusive os de rádio, escrevem sempre alguma coisa, seja em suporte papel ou digital.

Feita esta contextualização, voltamos à reportagem propriamente dita. Com o jornalista João Couraceiro fomos, pouco depois das 7h30, à Rua dos Clérigos, no Porto (curiosamente, o local onde estava sediada a Antena 1 até à sua junção com a televisão em Gaia). O assunto era de extrema importância social, por vários fatores. Uma das principais ruas de acesso à baixa da cidade estava a encerrar ao trânsito por um período mínimo de um ano, devido às obras do Metro do Porto. Por isso, queríamos ouvir os mais afetados com esta situação: os comerciantes. Tendo em consideração que o encerramento da rua iria ser feito, pelas forças policiais, durante o início da manhã, concluímos que o direto se justificava, não só pela atualidade, mas também pelo impacto junto da população. Para entrar em direto no noticiário das 8h, tínhamos o vice-presidente da Associação dos Comerciantes do Porto, com quem já tinha sido combinado no dia anterior a entrevista. Ainda durante o direto, o jornalista descreveu, pormenorizadamente, tudo o que estava a acontecer na rua, de forma que quem ouvisse conseguisse visualizar o que ali estava a acontecer. Polícias a barrar a rua, carrinhas de obras a entrar, trabalhadores a retirar todas as máquinas e materiais necessários para começar a destruir a estrada. Um aspeto fundamental na construção de uma reportagem, a descrição em sons por parte do jornalista daquilo que está a acontecer (Oliveira, 2021).

Dado o fim do direto, que durou cerca de 2 minutos, fomos falar com comerciantes e populares que passavam na Rua dos Clérigos. Gravámos com algumas pessoas para, caso algum turno quisesse, existisse material para utilizar. É importante, quando vamos numa saída, recolhermos o máximo de depoimentos e informação possíveis. Chegados à redação, o João Couraceiro passou para mim todo o material sonoro recolhido durante o serviço e eu construí uma peça.

A minha segunda saída em reportagem foi com o jornalista Luís Peixoto. Fomos ao exterior do Estádio do Dragão, no Porto, acompanhar as testagens à Covid-19. A

lógica foi a mesma. O jornalista contactou, atempadamente, a fonte, um dos responsáveis pelas tendas de testagem, e combinaram que falariam a uma determinada hora, creio que por volta das 9h00. O jornalista Luís Peixoto entrou em direto com o entrevistado e falou com alguns utentes que estavam nas filas. Enquanto isso, eu tinha levado material comigo, microfone e gravador, e entrevistei algumas pessoas que iram ser testadas. De volta à redação, o Luís Peixoto enviou todos os áudios que tinha recolhido durante a reportagem, juntei-os aos meus e construí uma peça.

Sempre tive interesse no jornalismo desportivo e, como tal, já acompanhava o trabalho desenvolvido pelo desporto na Antena 1, em especial o trabalho da Cláudia Martins. Após uma conversa, entre muitas, a jornalista incentivou-me a acompanhar um jogo sempre que quisesse, assim foi. Fizemos as solicitações necessárias para a saída da redação de uma estagiária (é necessário obter autorizações), fizemos o pedido de credencial ao clube que jogava em casa, o Futebol Clube do Porto, e, posto isto, seguimos para o recinto.

A terceira e última saída foi com a jornalista Cláudia Martins, que faz parte da equipa de desporto da Antena 1. Fomos fazer a cobertura de um jogo do Porto no Estádio do Dragão. A Cláudia Martins é repórter de pista, quer isto dizer, está a poucos metros das quatro linhas, no relvado. Queria muito observar o trabalho por ela desenvolvido. Um repórter de pista tem como função descrever aquilo que vê a partir do relvado, a uma distância mínima dos jogadores que estão em campo, com o papel de acrescentar informação ao relato que está a ser feito do jogo.

1.1.2. Notícias/Peças

A escrita para rádio é diferente da escrita para qualquer outro órgão de comunicação social. Na rádio, não existe um suporte à audição como existe na televisão (a imagem) ou nos jornais (o papel). A rádio chega às pessoas através de um único sentido: a audição. Por isso, antes de pensarmos na voz e no áudio, é importante prepararmos um bom texto para ser lido, ou até mesmo uma boa entrevista, para que tenha maiores probabilidades em resultar num bom áudio final. A escrita para rádio deve ser esta deve ser simples, direta e de fácil compreensão, porque "na rádio procuramos a essência da comunicação oral, mas escrevendo" (Meneses, 2003, p.32). Ao longo de três meses, e sempre com o acompanhamento e apoio dos colegas do turno, o meu estágio na Antena

1 visou, sobretudo, a produção de notícias, em formato de breve ou com RM's e peças, algumas delas com sons.

As breves são, no meu entender, um excelente exercício para quem se está a iniciar no jornalismo de rádio. Isto porque, é posta à prova a capacidade de síntese do profissional. As breves, são, tal como o próprio nome indica, notícias curtas, que contêm apenas a informação essencial. A dificuldade está em reduzir e conseguir encontrar as palavras certas e construir da melhor forma o texto, para que o ouvinte fique devidamente informado. As breves foram construídas, sobretudo, com o recurso às agências noticiosas – Lusa, Reuters e France Press – ou com recurso à imprensa escrita. As breves eram muitas vezes, sugeridas pelo editor Miguel Soares, outras vezes pela jornalista Rosa Azevedo e, muitas vezes, também por iniciativa própria. Depois de escritas as breves, enviava-as, quase sempre, ao editor Miguel Soares, para serem corrigidas antes de irem para antena.

Uma breve pode transformar-se numa notícia mais desenvolvida, ou seja, com RM´s, se tiver interesse público suficiente e/ou se for possível entrevistar as fontes de informação. O ponto de partida de um assunto, principalmente na Manhã 1, tendo em conta o horário, são as breves. Isto porque, se o assunto for "de última hora", é difícil contactar as pessoas antes das 8h00. O que acontece é que só a partir dessa hora é que os protagonistas costumam ter disponibilidade para atender as chamadas e para gravar com os jornalistas.

Por outro lado, foram realizados outros trabalhos, ainda que em menor quantidade, mas que considero igualmente importantes. A elaboração de peças com lançamento de sons foi bastante pertinente, porque me forneceu novas ferramentas. Uma das mais importantes prende-se com o facto de aliar a escrita jornalística, que exige selecionar os depoimentos mais relevantes e com interesse, à criatividade, de forma a fazer um trabalho atrativo. Uma peça tem, geralmente, mais do que um minuto e menos do que quatro, dependendo do trabalho a ser desenvolvido, e do tempo disponível para o integrar nos blocos informativos.

Para finalizar este ponto, refiro ainda um trabalho que elaborei na semana de Natal. Produzi/montei um Mix/Meddley, com os testemunhos de três portugueses emigrantes. A ideia era perceber se, depois do alívio das restrições por causa da pandemia da Covid-19, as pessoas iriam regressar a Portugal, ou se, pelo contrário, iam manter-se no país onde viviam. Construí um Mix, com pouco mais de 1 minuto e meio. Fiz a sonoplastia,

com uma música alusiva à época natalícia, o técnico de som fez uns ajustes nos volumes do áudio e a peça passou em antena no dia 24 de dezembro de 2021.

1.1.3. Contacto com as fontes/protagonistas

Há um conjunto de temas e problemáticas com conhecimento prévio que fazem parte da agenda (Santos, 2002, 112), como por exemplo, conferências de imprensa ou debates na Assembleia da República. Para a construção dessa agenda contribuem fontes institucionais e assessorias de imprensa, que funcionam como promotores de notícias (Amorim, 2008). Além disso, existem também fontes/protagonistas que, não estando necessariamente ligadas a uma instituição, são muitas vezes quem faculta informação pertinente para ser noticiada.

Durante o período de estágio na redação da Antena 1, tive a possibilidade de estabelecer vários contactos com as fontes/protagonistas, quase diariamente. Mas antes de estabelecermos o contacto com as fontes, é importante reunirmos os contactos. Com isto, falo de um dos elementos essenciais no dia a dia de um jornalista: a agenda.

Por ser um importante auxílio no desenvolvimento de notícias, o ideal é que, o quanto antes, logo que seja iniciado o exercício da profissão, tenhamos uma agenda na qual guardamos todos os contactos que vamos fazendo. Foi o que fiz ao longo do estágio na Antena 1, guardando os contactos que ia fazendo. Arrisco dizer que tive o privilégio de trabalhar de perto com uma das profissionais que melhor sabe fazer esse trabalho. A jornalista Rosa Azevedo tem uma lista quase infindável de contactos, numa agenda muito organizada, onde quase todos os contactos que são necessários, se encontram lá. Depois de entendida esta ideia e este hábito, ganhamos não só vantagens em termos de "furos" de informação, como também nos poupa tempo.

2. A importância do editor

O editor tem funções que vão muito além de dar voz aos noticiários. É um elemento determinante no alinhamento das notícias, já que é ele quem detém a última palavra sobre aquilo que irá ser noticiado, muito embora este processo de seleção dos acontecimentos seja realizado por toda a equipa.

No caso específico da Manhã 1, existem duas reuniões diárias nas quais o editor, juntamente com os jornalistas do turno, aborda os assuntos que estão na ordem do dia. A primeira acontece quase sempre, por volta das 6h00, depois do último noticiário editado pela equipa da Madrugada e a segunda por volta das 11h00, já depois do último noticiário produzido pela Manhã 1, e depois do Espaço das 10 (bloco informativo dedicado a temas da atualidade, com uma duração de cerca de 20 minutos, também editado, geralmente, pela Manhã 1).

Na primeira reunião do turno são discutidos os temas que estão na ordem do dia e são definidos os assuntos que vão ser tratados. Ou seja, tirando situações que surjam em última hora, o alinhamento dos noticiários fica praticamente definido. Ficam assentes as notícias que estão a marcar a atualidade e que vão preencher a manhã informativa. É também nestas reuniões, na grande maioria das vezes, que o editor distribui os trabalhos pelos jornalistas que estão disponíveis.

Na segunda e última reunião do turno, que decorre cerca de uma hora depois do último noticiário editado pela Manhã 1, é feito um balanço do trabalho que foi desenvolvido durante toda a manhã, assim como uma análise ao que correu bem e menos bem, ao que poderia ter sido diferente e pode ser melhorado. Feita a análise do dia, é preparado o dia seguinte. O editor leva consigo para reunião a agenda dos dias seguintes, com os acontecimentos que estão previstos, tanto a nível nacional como internacional. Este é o ponto de partida para que a equipa possa debater os assuntos que irão ser noticiados no dia seguinte. Além desta agenda que, diariamente, "cai" na base de dados dos jornalistas, há uma série de ideias sugeridas pelos elementos da equipa. A partir daí surgem as trocas de ideias, sempre com o intuito de prestar o melhor serviço de informação aos ouvintes. O editor tem a sensibilidade de escutar as sugestões de todos os elementos da equipa, preocupa-se em manter uma equidade na quantidade de trabalho distribuído pelos jornalistas, tem o papel de conduzir a equipa, mas está aberto a novos e diferentes caminhos, desde que sejam bem fundamentados. Miguel Soares era o editor deste turno durante o período de estágio já mencionado, que fala na primeira

pessoa acerca desta função, nesta dissertação, numa entrevista em que abordamos o serviço noticioso da rádio de serviço público e as preocupações que tem enquanto editor dos noticiários do horário da Antena 1 com maior audiência.

O ESTÁGIO NA RÁDIO RENASCENÇA

3. A experiência na Rádio Renascença

Quem entra na redação da Rádio Renascença (RR), em Vila Nova de Gaia, não fica indiferente aos motivos religiosos que estão presentes em quase todas as divisões. Logo à entrada do edifício existe uma capela. Todos os dias de segunda a sábado, às 18h30, é transmitido, em direto, o terço, a partir da Capelinha das Aparições, no Santuário de Fátima.

É, por isso, evidente o papel que a Igreja assume na emissora, sendo que seria expectável, já que a gestão é da responsabilidade do Patriarcado e da Conferência Episcopal.

Juntando o conhecimento prévio que já existia acerca daquilo que é feito e transmitido para o público na antena da RR, com a experiência de dois meses na redação, foi possível clarificar a estratégia da informação utilizada pela emissora.

Chegada à redação no primeiro dia recordo-me que cheguei à redação por volta das 10h. Estavam na redação apenas duas pessoas: a jornalista Maria João Cunha e o jornalista Raúl Santos.

Assim que cheguei, Maria João Cunha, chefe de redação da RR, levantou-se para me receber e levou-me até à sala de reuniões para nos apresentarmos. Foi, nesse momento, que soube o que iria fazer durante o período de estágio. Em setembro de 2022, os noticiários da tarde, na RR, eram produzidos a partir da redação de Gaia. Por essa razão, durante a primeira conversa com a chefe de redação, foi-me sugerido que integrasse o turno da Tarde, que decorre entre as 14h e as 20h. Os noticiários editados pelo turno são, como habitual, à hora certa, entre as 16h e as 20h, inclusive.

No segundo dia de estágio, e até durante as oito semanas seguintes, participei nas rotinas produtivas do turno da Tarde. Realizei praticamente todas as tarefas inerentes à produção noticiosa. As funções que me foram entregues vou descrevê-las mais pormenorizadamente nos pontos seguintes.

3.1. Rotinas Produtivas

O trabalho de produção jornalística é integrado, mas nem todos trabalham juntos, no mesmo local. No caso da RR, a equipa de desporto desenvolve um trabalho independente para a produção do programa Bola Branca e para a cobertura de jogos de diversas modalidades. No entanto, existe uma cooperação com a restante redação. Como acontece em praticamente todas as redações de rádio, existem jornalistas que se dedicam mais a determinadas áreas (política, economia, religião, desporto, etc.).

Como descrevemos no decorrer desta investigação, a RR nasceu como sendo um meio de radiodifusão, mas atualmente é muito mais do que isso. É um órgão de comunicação polivalente, onde a rádio, o digital e o multimédia funcionam em conjunto.

Por isso, as rotinas produtivas dos jornalistas da RR incluem, além do trabalho de rádio, a elaboração de notícias para o site. Há uma agenda diária que é enviada para os jornalistas, de forma que haja um conhecimento prévio daquilo que está previsto acontecer e a quem foi entregue determinado trabalho. Os jornalistas atuam em cinco turnos diferentes: Manhã 1, Manhã 2, Tarde, Noite e Madrugada. As equipas, mesmo atuando de forma confluente, possuem autonomia na produção de conteúdos jornalísticos. De algumas das rotinas da redação fazem parte certas ferramentas que também fui utilizando ao longo do estágio: o *RCS News*, que se trata de um software utilizado por todos os jornalistas da rádio para acompanhar e redigir notícias, assim como editar noticiários, disponibilizando-as/os automaticamente para toda a equipa. Apesar de já conhecer, utilizei também o programa *Audacity*, para edição de ficheiros de áudio e, por fim, para a realização e gravação de chamadas telefónicas utilizava o *Systel*. Estes são, sem dúvida, os programas mais utilizados pelos jornalistas de rádio. Ainda que, o *backoffice* do site da RR, também seja cada vez mais utilizado. Apesar de existirem jornalistas alocados para a vertente online, a verdade é que há uma sinergia para que os dois meios funcionem em conjunto.

3.1.1. Notícias, Peças e Reportagens

Foram oito semanas de estágio que passaram num ápice, porque fui sempre tendo tarefas para realizar. O orientador de estágio, Sérgio Costa, assim como outros jornalistas da redação, sempre tiveram o cuidado de me atribuir tarefas, assim como me deixaram à vontade para fazer sugestões.

Creio que houve um equilíbrio entre aquilo que foram os trabalhos realizados dentro e fora da redação. Desde *vox-pop*, a reportagens, notícias com utilização de RM'S, e também breves.

Lembro-me do primeiro dia na redação, que serviu, sobretudo, para conhecer as instalações e os recursos materiais utilizados no dia a dia dos jornalistas. Essa apresentação foi feita pelo técnico de som Paulo Teixeira. Mostrou-me as instalações, assim como o funcionamento dos materiais, desde a ilha de gravação, onde os contactos telefónicos são feitos, os estúdios de gravação, onde são gravados os trabalhos (dobragens, peças, etc), um passo essencial para aquilo que viria a ser a minha jornada enquanto estagiária, já que vim a precisar de utilizar todos aqueles equipamentos.

Na primeira semana de estágio, o orientador Sérgio Costa estava de férias, por isso o trabalho que desenvolvi estava sob a alçada do jornalista que o estava a substituir, Pedro Mesquita, que editou os noticiários da Tarde. Também o jornalista Hugo Monteiro, que estava no mesmo turno, me orientou durante aquela semana, de forma que eu tivesse sempre assuntos para desenvolver e conseguisse entrar na dinâmica da redação.

O primeiro contributo jornalístico que dei na redação foi no dia da morte da Rainha Isabel II. Aconteceu dois dias depois do início do estágio na RR. A rainha com o reinado mais longo da história tinha falecido, e essa era a notícia do momento. Todos os órgãos de comunicação estavam a abordar o assunto, era importante e pertinente mantermos em antena o tema, com os mais variados protagonistas. Por isso, comecei a pesquisar de que forma podia ser homenageada a rainha e quem poderia prestar essas palavras. Pesquisei e encontrei um autor português que estava prestes a lançar um livro com a história de Isabel II. Sugeri esta fonte ao editor da Noite, porque o turno da Tarde já tinha terminado, que gostou e agradeceu a sugestão, de seguida avancei com o contacto.

Na primeira saída em reportagem fiz um *vox-pop*, para perceber a opinião das pessoas acerca de um prédio que estava a ser construído ao lado da Ponte da Arrábida,

do lado do Porto. Isto porque, o prédio, em altura, é maior do que a própria ponte, que foi classificada como Monumento Nacional. O objetivo era perceber, pelos olhos de quem ali passa diariamente, qual a opinião que tinham acerca daquela construção, que tapava em parte a vista para a ponte e, ao mesmo tempo, é desfasada dos restantes edifícios que estão em volta. O impacto era tal, que a situação estava a gerar bastante revolta por parte dos moradores da cidade. Depois do trabalho no terreno, de forma a tornar a reportagem mais sólida e percebermos os contornos da situação, chegada à redação contactei o vereador do Urbanismo da Câmara Municipal do Porto, para que pudesse explicar os contornos da situação. Depois de realizado o contacto, preparei os sons que no dia seguinte passaram em antena. O assunto foi, aquilo a que se chama na Renascença, em destaque. Quer isto dizer que depois da síntese informativa, e do habitual spot publicitário, o editor abordou o assunto de forma mais desenvolvida.

Outro trabalho que me marcou foi a realização de uma peça, também ela levada a destaque em um dos noticiários da Tarde, relativa aos suicídios na Polícia de Segurança Pública (PSP). Marcou não só pela sensibilidade do tema, mas também pela dificuldade inerente a este assunto, pelo cuidado com que deve ser abordado. Foi um trabalho desenvolvido sem grandes pressões de tempo, e só assim foi possível, porque não foi fácil conseguir fontes para abordar o tema. Essa dificuldade foi desafiante. Depois de vários contactos, consegui obter três protagonistas que não deram voz ao tema, sem condicionantes, já que não se importaram de revelar os nomes verdadeiros. Foi um trabalho enriquecedor, não só para mim, mas para o público no geral. Acredito que é sempre uma mais valia alertarmos para este tipo de situações, que acontecem com muita frequência e são pouco abordadas.

Outra reportagem que marcou a minha experiência na RR foi a recolha de testemunhos de alguns moradores na zona de Santo Ovídeo, em Vila Nova de Gaia, que iriam ficar sem as suas casas por causa da construção da nova linha de metro. Por ser um momento delicado, houve pessoas que se negaram a dar declarações, porque estavam visivelmente abaladas com a notícia de que iram ficar sem as suas casas. No entanto, consegui dois testemunhos, de duas senhoras que habitavam naquelas moradias há mais de três décadas. Foi um trabalho desafiante, desde a condução das entrevistas à transmissão da mensagem no trabalho final. Aqui, mais uma vez, ouvimos o contraditório. Neste caso, gravei com o responsável da Metro do Porto, para que nos pudesse explicar de que forma estavam a ser agilizadas as negociações com os moradores afetados com a nova linha do metro. Sendo um trabalho mais desenvolvido,

que necessitava de alguns minutos para ser explicado, foi utilizado em destaque num dos noticiários da tarde.

Fiz alguns *vox-pop* sobre temas da atualidade, como o aumento da taxa de inflação, a escassez de alguns medicamentos nas farmácias.

Uma das rotinas produtivas mais marcantes na redação da RR é o fecho das sínteses informativas. Sendo uma rádio generalista e privada, há o objetivo de captar o maior número de ouvintes, porque as audiências traduzem-se em mais publicidade e mais publicidade significa mais verbas. Por isso, é habitual, porém não é obrigatório, fazermos fechos mais atrativos. O que são estes fechos? São quase "*faits divers*", de interesse público, que podem ser, em alguns casos, caricatos. É normalmente uma informação dada como um género de uma nota, não costuma ter mais de duas ou três linhas e, como disse decorre no final da síntese informativa, num momento em que é estabelecido um diálogo como animador que está em antena. Sempre que possível e, não foram poucas as vezes, pesquisei e sugeri possíveis fechos.

Para além destes momentos mais marcantes, é importante referir que sempre me foi dada liberdade para fazer o máximo de trabalhos possíveis.

4. O estudo

4.1. Metodologias adotadas

Nesta dissertação, foi escolhida a metodologia mista, isto é, vamos aplicar métodos qualitativos e métodos quantitativos. Sendo esta investigação um estudo de caso comparativo, de acordo com Robert Yin (2003), pode e deve ser descritivo da realidade.

A abordagem mista prende-se com o facto de o método quantitativo por si só não ser suficiente, embora Bryman (2004) considere que seja o desejável, pois proporciona uma versão mais completa da realidade social. Na nossa ótica, importa complementar o estudo de caso com dados qualitativos, que possam justificar, complementar, contrapor ou refutar até os dados que a estatística nos apresenta. A metodologia mista confere maior credibilidade aos dados que são recolhidos e analisados, permitindo, assim, uma melhor compreensão dos fenómenos (Bryman, 2004; Yin, 2003).

Assim sendo, nos dados qualitativos, enquanto observadora participante, foram efetuadas saídas em reportagem, nas quais houve a possibilidade de acompanhar todo o processo de trabalho dos jornalistas, observar quais os métodos utilizados, as estratégias, e as decisões ao nível da hierarquização e seleção da informação. A investigadora esteve inserida nas rotinas produtivas e isso foi essencial para a investigação, de forma a perceber as estratégias da informação empregues na Antena 1 e na RR. Neste âmbito, enquanto observadora participante houve ainda a possibilidade de escrever notícias, ou seja, existindo o envolvimento no próprio processo de seleção, hierarquização e construção noticiosa.

Para complementar os dados qualitativos, foram realizadas entrevistas ao editor da Manhã 1, Miguel Soares, e a um dos membros da direção, António Jorge, neste caso diretor da rádio pública na delegação do Norte, a segunda maior da RTP, depois da sede em Lisboa. O mesmo foi feito na RR, pois foram entrevistados o editor do turno da Tarde, Sérgio Costa, e o diretor de informação, Pedro Leal. A escolha foi semelhante e propositada para que não houvesse disparidades.

Quanto à escolha dos editores enquanto entrevistados, a escolha justifica-se com vários fatores, entre eles, o facto de terem sido os jornalistas que mais acompanharam os

estágios realizados nas rádios, mas também porque na rádio e na rotina produtiva assumem posições de seleção e escolha permanente de temáticas, fontes de informação e género jornalístico a utilizar, mas também porque, a determinada altura, tornou-se pertinente fazer questões, que estão subjacentes a esta investigação, a quem está na primeira linha de atuação. A complementaridade da experiência enquanto estagiária e as entrevistas aos que, diariamente, fazem escolhas sobre a informação que é dada em antena, foi fundamental para obtermos resultados mais fiáveis.

Quanto aos métodos quantitativos, vamos analisar o conteúdo dos noticiários da Antena 1, entre os dias 8 e 26 de novembro de 2021, e da RR, entre 10 e 28 de outubro de 2022, estabelecendo uma categorização, para quantificar as temáticas abordadas, os géneros jornalísticos e as fontes de informação utilizadas.

Recorrer a este tipo de análise permite-nos clarificar e quantificar dados importantes para que possamos responder às perguntas de partida que guiam o estudo, e que embora tenhamos enumerado na introdução desta dissertação, nos parece pertinente aqui repetir, nomeadamente, qual a estratégia da informação de uma rádio de serviço público e de uma rádio privada? Sendo a Antena 1 uma rádio de serviço público e a Rádio Renascença uma emissora de inspiração católica, existe total imparcialidade e independência da informação? Representando o serviço público de radiodifusão e sendo financiada pelo Estado, que peso têm as fontes oficiais e estatais na informação da Antena 1? Pertencente ao Patriarcado de Lisboa e à Conferência Episcopal Portuguesa que influência têm estes gestores nos conteúdos informativos? A presença do Estado na informação da Antena 1 é mais forte do que a que existe na Rádio Renascença? A estratégia da rádio pública passa por abordar mais notícias enquadradas na categoria de Política? A estratégia da Rádio Renascença passa por abordar mais assuntos religiosos?

O objetivo desta investigação é contribuir para um melhor conhecimento acerca do processo de produção noticiosa de ambas as rádios e revelar de que forma a informação é selecionada nestes dois meios de comunicação, com diferentes gestões: uma ligada ao setor público e ao financiamento estatal, outra ligada à Igreja Católica e com financiamento privado, advindo da publicidade. Esta investigação procura perceber qual é a estratégia da informação da rádio de serviço público e de uma rádio privada, fazendo uma comparação entre elas, permitindo tentar perceber os critérios que estão por detrás das tomadas de decisões, as fontes que são maioritariamente utilizadas, a (im) parcialidade da informação veiculada, bem como a tentativa de descodificar se a gestão,

pública ou privada, influencia na tomada de decisões na rotina produtiva da informação e jornalismo das emissoras.

4.3. Apresentação de Resultados

4.3.1. Análise dos resultados aos noticiários da Antena 1

Ao analisarmos os noticiários das 8h00 da Antena 1, ao longo de um período de 15 dias, entre os dias 8 e 26 de novembro de 2021, exceto sábados e domingos, importa referir que se pode constatar que, normalmente, salvo raras exceções, os noticiários desta hora têm uma duração de cerca de 10 minutos.

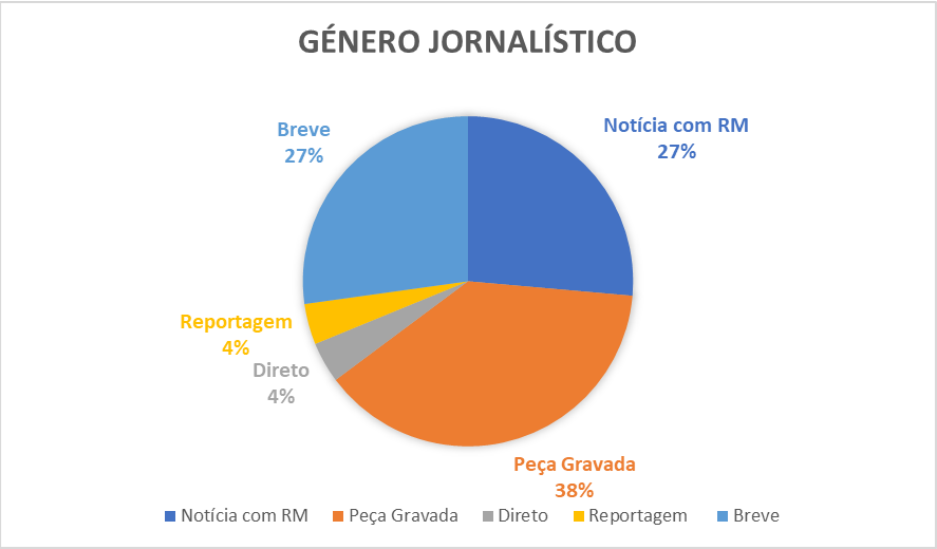
No total dos 15 noticiários foram analisados 183 artigos que, depois como veremos mais adiante, foram divididos por género jornalístico, nomeadamente, notícia, reportagem, etc.

Num olhar global, constatamos que a categoria temática mais abordada na Antena 1 diz respeito aos temas sociais, ou seja, como o próprio nome indica, assuntos que se focam na sociedade e que interessarão, à partida, a uma grande maioria. Aqui, nesta categoria encontram-se artigos jornalísticos de áreas como a saúde, a educação e ensino, entre outros.

No que toca ao género jornalístico, o formato mais privilegiado é a notícia em peça gravada, na maior parte dos casos apenas com a voz de um jornalista, sem o recurso a RMs ou RDs. E, por fim, as fontes mais utilizadas, são as institucionais.

Partindo agora para uma análise mais pormenorizada o género jornalístico mais utilizado é a notícia em formato de peça gravada (n= 48), logo a seguir estão as breves (pequenas notícias de texto corrido) (n=34) e as notícias com pelo menos um RM (n=33), como podemos observar no Gráfico 1, que apresenta os diferentes géneros jornalísticos utilizados pela rádio Antena 1 nos seus noticiários.

Gráfico 1 – Géneros Jornalísticos utilizados nos noticiários das 8h00 da Antena 1



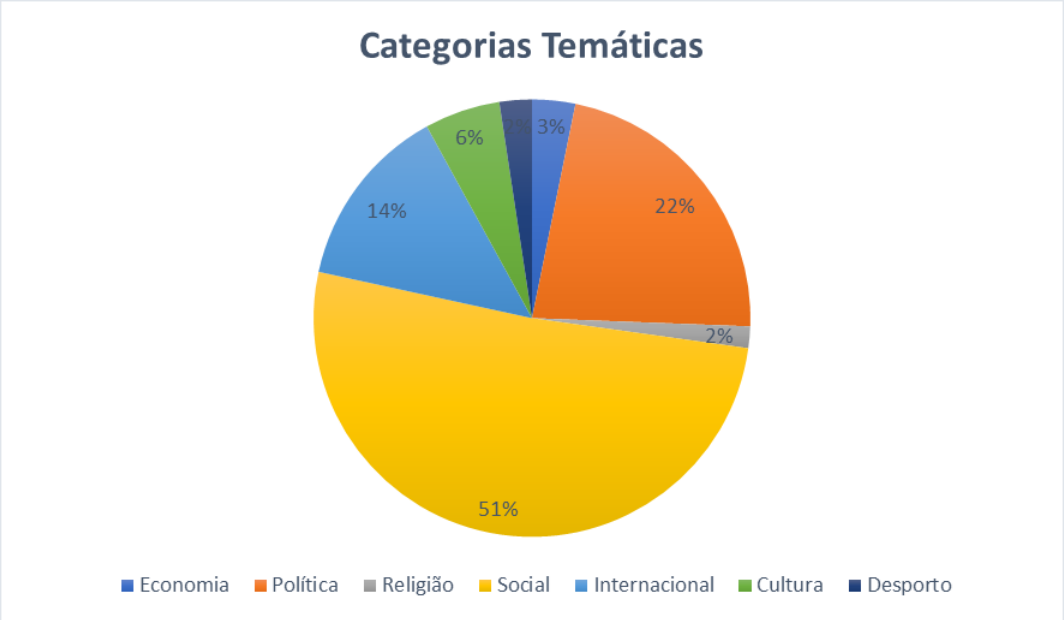
Fonte: elaboração própria

Assim, tendo em conta o total de artigos dos noticiários, as notícias de peça gravada representam 38% e as notícias com RM 27%.

Passando para as categorias temáticas, os resultados revelam uma disparidade maior, saltando à vista a temática mais abordada: os assuntos sociais, sendo a categoria Social a que reúne o maior número de artigos, com uma margem significativa (n= 64) quando comparado com a segunda temática mais abordada, a categoria de Política (n= 28).

Entre os temas menos abordados, como podemos obervar no gráfico 2 estão o desporto (n= 3) e a religião (n= 2). Em suma, nas categorias temáticas, os temas sociais representam 51% dos artigos jornalísticos dos noticiários em questão.

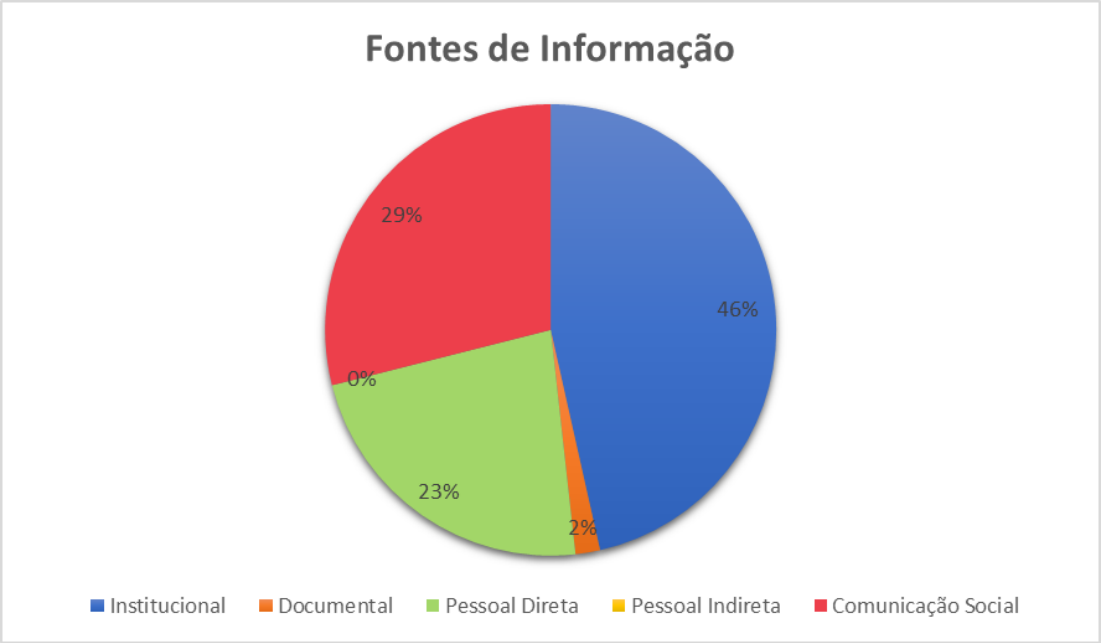
Gráfico 2 - Categorias Temáticas presentes nos noticiários das 8h00 da Antena



Fonte: elaboração própria

Por fim, esta análise centra-se também nas fontes de informação que, como podemos observar pelo Gráfico 3 são, maioritariamente, institucionais (n= 53), o que representa 36% das fontes utilizadas pela rádio Antena 1 nestes noticiários, seguindo-se o recurso a outros meios de comunicação social (n= 33) e as fontes pessoais diretas, ou seja, pessoas que viveram o acontecimento na primeira pessoa e que estão em condições físicas e emocionais de prestar declarações (n= 26).

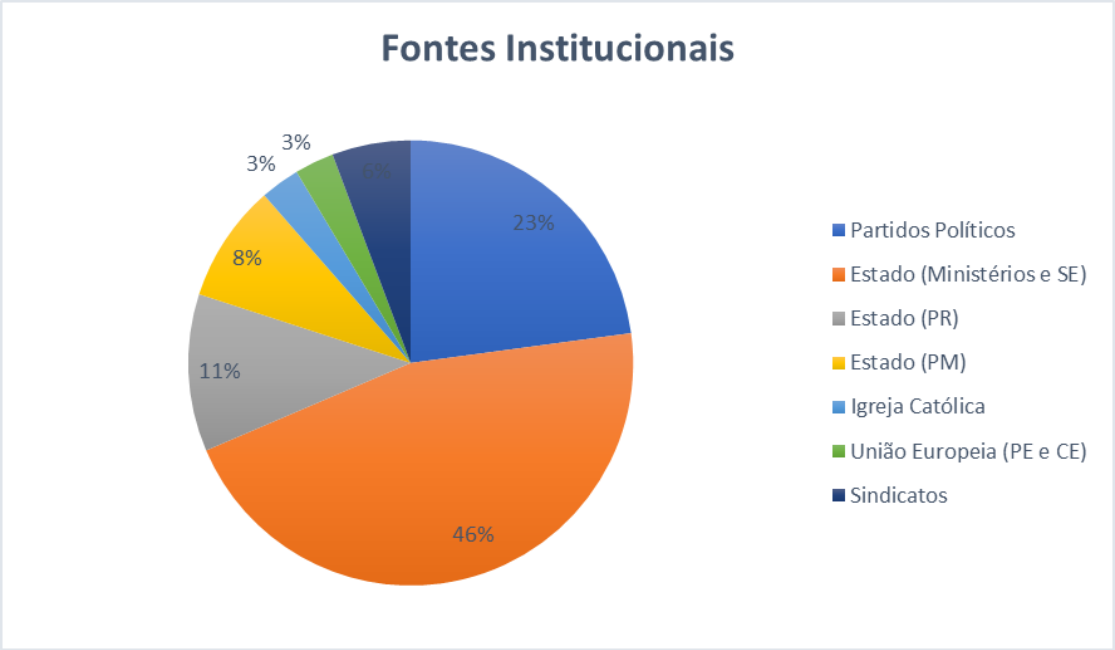
Gráfico 3 – Fontes de Informação presentes nos noticiários das 8h00 da Antena 1



Fonte: Elaboração própria

Partindo para uma análise mais detalhada das fontes de informação, foram identificadas as fontes institucionais, no sentido de aferir quais estavam ligadas ao Estado e seus serviços, mas também às demais instituições que compõem a sociedade.
As institucionais mais utilizadas foram as fontes do Estado, em particular, fontes ligadas aos Ministérios (n=16), representando 46% do total, vindo depois os Partidos Políticos (n= 8) que representam 23% das fontes institucionais como mostra o Gráfico 4.

Gráfico 4 – Fontes Institucionais presentes nos noticiários das 8h00 da Antena 1



Fonte: Elaboração própria

4.3.2. Análise de resultados aos noticiários da RR

A amostra recolhida dos noticiários da RR, compreende o período entre os dias 10 e 28 de outubro de 2022.

No total de 15 dias, com exceção de sábados e domingos, foram analisados 14 noticiários, já que no dia 26 de outubro de 2022 não houve espaço informativo às 18h00, como é habitual, pelo facto da transmissão estar dedicada ao relato de um jogo de futebol do FC Porto a contar para a Liga Europa.

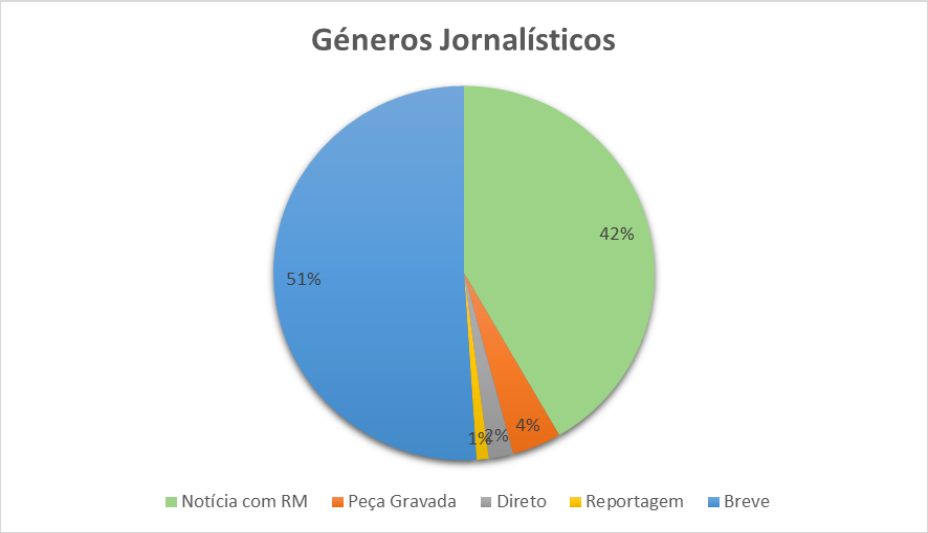
No total dos 14 noticiários foram analisados 106 artigos que, depois como veremos mais adiante, foram divididos por género jornalístico, nomeadamente, notícia, reportagem, etc.

Importa referir que, às 18h00, a RR tem cerca de 4 minutos de notícias e, depois de um spot publicitário, tem um ou dois temas em destaque, nos quais, na maioria dos dias, conta com a participação, em direto, de um comentador da estação. O que no total, dará cerca de 8 minutos dedicados ao espaço noticioso. Feita esta contextualização, passamos agora à análise de dados.

Na Emissora Católica, a Política é a categoria temática mais abordada (n= 26), seguindo-se a categoria Social (n= 23) e a Economia (n= 21). Resultados que não revelam muita disparidade entre categorias, mostrando que existe uma distribuição muito próxima de temáticas.

Entre os temas menos abordados, como podemos observar no gráfico 5, estão a Cultura (n= 3) e o Desporto (n= 5). Em suma, nas categorias temáticas, os assuntos políticos representam 25% dos artigos jornalísticos dos noticiários analisados.

Gráfico 5 - Categorias Temáticas presentes nos noticiários da Rádio Renascença

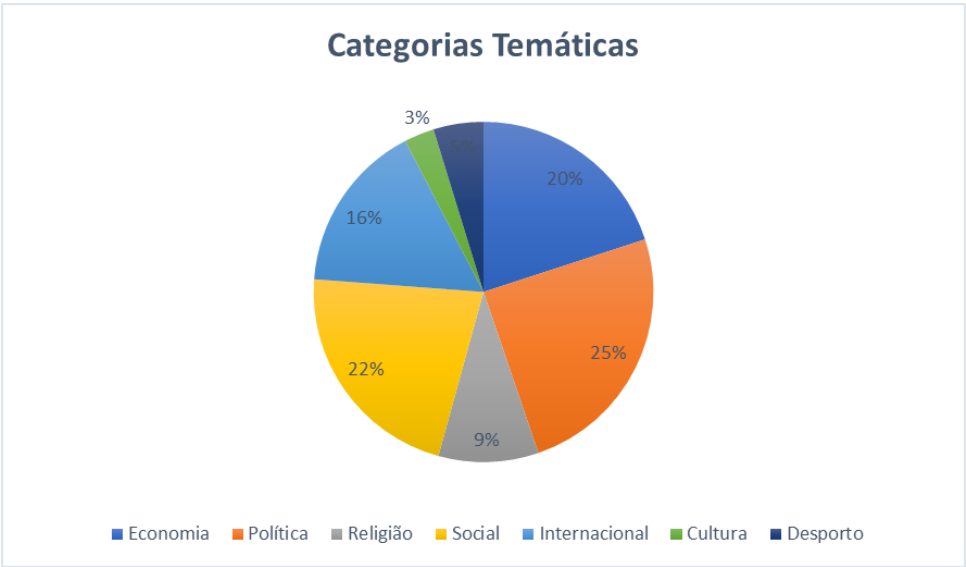


Fonte: elaboração própria

O género jornalístico mais privilegiado é a breve (n= 49), seguindo-se as notícias com recurso a RMs ou RDs (n= 40), como podemos observar no Gráfico 6, que apresenta os diferentes géneros jornalísticos utilizados pela Rádio Renascença nos seus noticiários.

Assim, tendo em conta o total de artigos dos noticiários, as notícias de peça gravada representam 38% e as notícias com RM 27%.

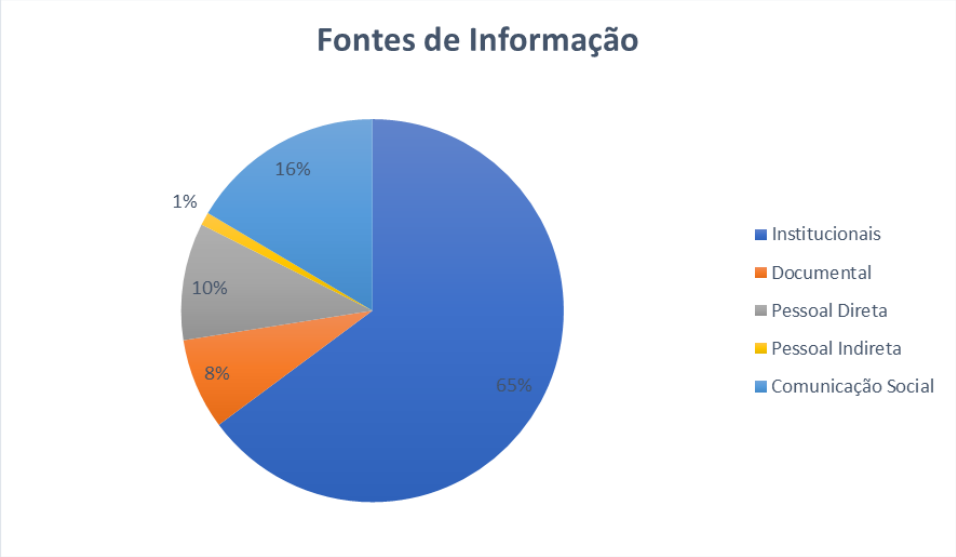
Gráfico 6 - Categorias Temáticas presentes nos noticiários da Rádio Renascença



Fonte: Elaboração própria

As fontes de informação mais utilizadas pela Emissora Católica são as institucionais (n= 59), que representam metade das fontes utilizadas pela RR, como revela o Gráfico 7. O que revela uma diferença substancial para a segunda fonte mais recorrida, que são os outros meios de comunicação social (n= 15), que representam 16% das fontes da RR.

Gráfico 7 – Fontes de Informação presentes nos noticiários da Rádio Renascença

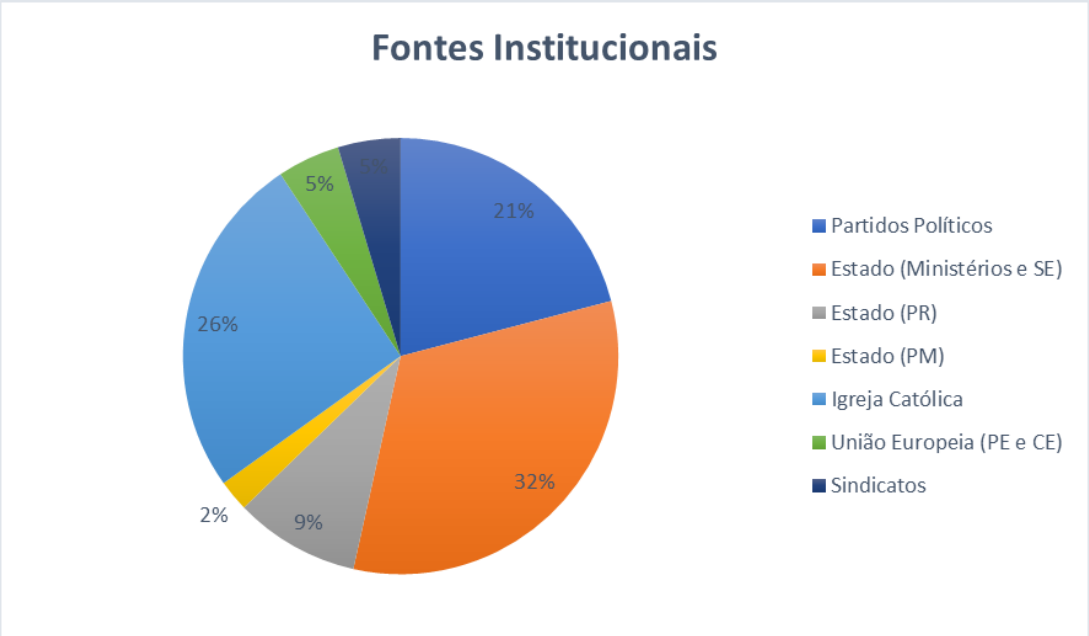


Fonte: Elaboração própria

Partindo para uma análise mais detalhada das fontes de informação, foram identificadas as fontes institucionais, no sentido de aferir quais estavam ligadas ao Estado e seus serviços, mas também às demais instituições que compõem a sociedade.

As institucionais mais utilizadas foram as do Estado (n=14), representando 32% do total, vindo depois as fontes com ligação à Igreja Católica e só depois as fontes de diferentes Partidos Políticos, como mostra o Gráfico 8.

Gráfico 8 - Fontes de Informação presentes nos noticiários da Rádio Renascença



Fonte: Elaboração própria

Estes resultados, aqui apresentados, podem ser consultados de forma mais detalhada na Tabela 3, que colocamos de seguida neste documento.

Nesta tabela podem encontrar-se pormenorizadamente cada um dos artigos jornalísticos analisados e a sua respetiva categorização quanto ao género jornalístico, à temática e à fonte de informação, para ambas as rádios.

Tabela 3 – Análise dos noticiários da Antena 1 e RR

Categorias/Rádios		Antena 1	RR
Categorias Temáticas	Economia	4	21
	Política	28	26
	Religião	2	10
	Social	64	23
	Internacional	17	17
	Cultura	7	3
	Desporto	3	5
Género Jornalístico	Notícia com RM	33	40
	Peça Gravada	48	4
	Direto	5	2
	Reportagem	5	1
	Breve	34	49
Fontes	Institucional	53	59
	Documental	2	7
	Pessoal Direta	26	9
	Pessoal Indireta	0	1
	Partidos Políticos	8	9
	Estado (ministérios e SE)	16	14
	Estado (PM)	3	1
	Estado (PR)	4	4
	Igreja Católica	1	11
	União Europeia (PE e CE)	1	2
	Sindicatos	2	2
	Comunicação Social	33	15

Fonte: elaboração própria

4.4. Análise das entrevistas

Este ponto é dedicado à análise das entrevistas realizadas no decorrer dos dois estágios concretizados. Elas surgem como um complemento à análise qualitativa dos conteúdos, efetuada através da observação participante.

Assim sendo, entrevistamos o diretor de informação da delegação do Norte da Antena 1 – António Jorge – e o editor da Manhã 1 – Miguel Soares. À semelhança, na RR, foram entrevistados o diretor de informação da Emissora Católica – Pedro Leal – e o editor da Tarde – Sérgio Costa.

As quatro entrevistas estão disponíveis na íntegra no final deste documento, em anexo (ANEXO I).

4.4.1. Entrevistas Antena 1

Mantendo a ordem que temos utilizado no decorrer desta investigação, apenas por ter sido o primeiro local de estágio entre as duas emissoras, vamos começar por analisar as entrevistas realizadas aos elementos da Antena 1.

Começamos pelo jornalista António Jorge. Membro da direção de informação da Antena 1, mas também jornalista e o atual editor do programa "Antena Aberta". Um formato que existe há alguns anos e que o jornalista considera ser "importante, de facto, para a rádio pública ter um espaço que permita ao seu auditório e aos portugueses, falando de uma maneira genérica, expressar as suas opiniões sobre temas relevantes que marcam o quotidiano do nosso país e do mundo" (Jorge, 2022).

O subdiretor da Antena 1 acredita que o "serviço público deve ser isento e dar a melhor informação possível e ter a capacidade de servir públicos diferentes". Na rádio pública a "missão é falar de todo o tipo de assuntos, mesmo aqueles que não têm uma expressão tão popular como o futebol" (Jorge, 2022).

Questionado sobre a importância de ser um dos principais protagonistas de um dos horários com maior audiência em rádio, Miguel Soares defende que, independentemente do horário, qualquer jornalista ou editor deve ter "responsabilidade máxima" (Soares, 2022). Admite que detém a última palavra no que concerne às decisões do turno, mas tenta sempre que "a decisão seja conjunta". O editor salienta

algumas particularidades da Manhã 1, que marcam a diferença em relação aos outros horários: "o planeamento é mais importante na Manhã 1 do que em qualquer outro turno, porque vive não só das notícias dos outros meios, e de tentarmos perceber o que de mais importante aconteceu nas últimas horas, como também antecipar o assunto que vai marcar o dia e, podemos ser nós próprios a marcar a agenda daquele dia" (Soares, 2022).

Sobre o serviço público de rádio, acredita que houve uma mudança. Já foi "mais parado no tempo, mais enquistado, mais acomodado", e atualmente, "esse panorama com o decorrer dos anos mudou. Está mais dinâmico, mais elástico, mais ativo, evoluiu no bom sentido" (Soares, 2022).

A falta de meios, nomeadamente de recursos humanos, é um aspeto sublinhado pelo editor Miguel Soares. No caso específico da Antena 1 revela que "a redação já teve mais meios para responder a determinadas necessidades. Há muitas necessidades, quer materiais quer humanas, que estão por responder" (Soares, 2022). Ainda assim vê uma "evolução" na informação da rádio pública, mas não perceciona que tenha havido "uma mudança estratégica". Miguel Soares realça que a informação da Antena 1 não pretende ser a que chega primeiro, mas a que dá melhor e "de maneira sólida e com maior credibilidade". No fundo, o editor pauta-se pela defesa de um "jornalismo lento", mas credível, oposto àquilo que tem sido a rotina produtiva dos *media* tradicionais portugueses.

Questionado sobre a ligação do poder político à estação, Miguel foi claro: "nunca tive ninguém que me ligasse a dizer 'não dás isso', nunca tive esse tipo de pressões". Tem a ideia de que "as pessoas pensam que o serviço público está instrumentalizado pelo poder político" (Soares, 2022), mas admite nunca ter sentido isso.

Sobre as fontes de informação, o editor não acredita que exista uma maior ligação das fontes ligadas ao Estado e a Antena 1, pela ligação contratual que une estes dois órgãos. "Tem mais a ver com algumas relações pessoais que se possam estabelecer e depois objetivos, obviamente, se um determinado político quer fazer chegar a sua mensagem a um determinado tipo de público pode privilegiar este ou aquele órgão para fazer chegar a informação", explica.

Enquanto editor, Miguel Soares admite que o principal objetivo é "não errar, apostar no cavalo certo, ou seja, ter a sensibilidade de perceber qual o tema que

realmente mais interessa às pessoas e que mais pode marcar o dia ou os dias seguintes. Por isso, dar a informação da melhor forma possível, ser rigoroso e ser credível".

4.4.2. Entrevistas Rádio Renascença

Pedro Leal chegou à Emissora Católica em 1987 como jornalista, agora é o diretor de informação de uma das rádios mais ouvidas em Portugal. Quisemos entrevistá-lo, não só pelo cargo que ocupa na estação de radiodifusão, atualmente, mas também, pelas décadas de papel ativo que teve enquanto jornalista nesta estação ligada à Igreja Católica portuguesa, também alvo de estudo na presente investigação. Interrogado sobre a evolução do serviço noticioso da RR, desde a década de 80, o diretor admite que, apesar de o objetivo ser sempre o mesmo, os formatos em que é apresentada a informação sofreram alterações. "A informação tem de ter os critérios que nós estamos habituados a tratar. Do ponto de vista formal, é evidente que hoje os formatos são diferentes, a informação é muito mais rápida, muito mais concisa, e adapta-se a formatos mais amigos daquilo que hoje se chama utilizador, ou seja, do ouvinte" (Leal, 2022).

Sendo a Emissora Católica uma rádio privada, depende da publicidade para subsistir. Uma relação que o diretor da RR garante que não se cruza com a redação de informação. "São setores totalmente separados. Não há nenhuma relação entre a Renascença e a empresa que vende a publicidade da rádio, que é a Intervoz". E, acrescenta, "nada deixa de entrar por causa da publicidade" (Leal, 2022).

Sobre a rádio pública e a rádio privada, acredita que ambas "devem ter as mesmas preocupações: verdade, pluralismo, horizontalidade e chegar a várias pessoas", mas o que as torna distintas "são os meios, evidentemente, pois uma rádio pública terá mais meios que uma rádio de serviço privado", considera. Ainda que haja esta diferença de meios, o diretor de informação da RR conclui que "a informação da Renascença não pretende excluir ninguém, pretende chegar aos vários sítios". E, de acordo com Sérgio Costa, editor do turno da tarde, além de chegar a vários sítios deve existir a capacidade de fazer diferente.

> A principal responsabilidade é selecionar notícias, ir ao encontro de notícias que verdadeiramente interessam às pessoas. Eu julgo que vemos em inúmeros órgãos de comunicação social aquilo a que eu chamo uma espécie de seguidismo, que é ir tudo ao mesmo. O esforço que nós temos de fazer é encontrar notícias que, de facto, vão ao encontro dos interesses de quem nos está a ouvir naquele horário (Costa, 2022, Entrevista Pessoal).

Sobre a curta duração dos noticiários, o editor realça que "a grande dificuldade é dizer por menos palavras aquilo que é essencial e garantir que o ouvinte está verdadeiramente informado sobre um tema que é do seu absoluto interesse" (Costa, 2022), reconhecendo que a linha editorial da Renascença pretende privilegiar "os assuntos sociais e de interesse das pessoas".

No seu ponto de vista serviço público ou o serviço privado de radiodifusão devem assegurar um jornalismo isento e imparcial, independentemente daquele que detém a sua propriedade. "Jornalismo é jornalismo seja lá onde for, seja qual for a entidade patronal" (Costa, 2022). No entanto, aponta algumas disparidades entres estes dois modelos de rádio, graças aos seus gestores. "Na rádio pública, eventualmente há um certo cuidado com as questões relacionadas com o Governo, numa rádio privada ou que é detida pela Conferência Episcopal, ou seja, pela Igreja Católica, eventualmente haverá algum tipo de cuidado com determinado tipo de temas relativamente à Igreja Católica" (Costa, 2022). Quando questionado sobre esta possibilidade, Sérgio Costa diz que acredita que "há mais autocensura num jornalista da rádio pública do que numa rádio privada".

Discussão de Resultados

Nesta fase do estudo pretendemos discutir os resultados de análise aos quinze dias de noticiários de ambas as rádios, Antena 1 e RR, obtidos com a categorização efetuada no ponto anterior, cruzando depois com com a observação participante da investigadora enquanto estagiária nas duas redações, e as quatro entrevistas realizadas a elementos de direção de informação e de editorias.

De forma a melhor discutirmos os resultados obtidos, passamos a uma análise comparativa entre as duas emissoras de rádio, começando por comparar as categorias temáticas presentes nos noticiários das duas emissoras.

Na Antena 1 são os assuntos sociais que ocupam a maior parte do tempo do serviço noticioso. Têm uma atenção significativa, com uma margem substancialmente maior do que as restantes. Por outro lado, na RR, a política foi a temática mais abordada. Quer isto dizer que, num total de 183 artigos noticiados pela emissora pública, 64 foram dedicados a assuntos sociais. Já na RR, do total de 106 notícias, 26 foram relacionadas com questões políticas. Um resultado interessante, na medida em que, à partida, seria mais expectável que a rádio pública, por ser financiada pelo Estado, desse mais atenção aos assuntos relacionados com política. Por outro lado, verificamos que, no período analisado, a os noticiários da RR dedicaram-se, sobretudo, a assuntos de caráter político.

Olhando para a segunda categoria temática com maior peso nos noticiários das duas rádios, basta invertermos a ordem anterior. Ou seja, o segundo tema mais tratado na Antena 1 foi a política (n= 28) e na RR o social (n= 23). Estes resultados mostram que, as duas emissoras, ainda que uma seja privada e outra pública, dedicam a maior parte do tempo dos blocos informativos com os assuntos de caráter político e social. No somatório das duas emissoras, as notícias dedicadas à política ocupam 30% dos noticiários, e as notícias dedicadas a assuntos sociais representam 18,6%. Juntas, ambas as categorias, ocupam quase metade dos noticiários de Antena 1 e RR (48,6%), nas horas analisadas.

Tendo em consideração a diferença numérica, constatamos que o peso dos assuntos sociais na Antena 1 é significativamente maior do que as restantes temáticas, já que mais de metade dos assuntos abordados pertencem a esta categoria. Já na RR, há um equilíbrio maior entre as diferentes categorias, com diferenças mínimas entre elas.

Logo depois, na Emissora Católica surgem os temas relacionados com a economia (n= 21). Importa salientar que no período em análise da Emissora Católica decorria a discussão do Orcamento do Estado para 2023. Já na Antena 1, o Internacional (n= 17) ocupa a terceira posição das categorias temáticas com maior importânica, por ordem descrescente. O mesmo número, e o único, que coincide entre as duas emissoras, já que no que diz respeito aos assuntos internacionais na RR também foram contabilizadas 17 publicações.

Olhando agora para os assuntos religiosos, que surgem de seguida como a quarta temática mais abordada nos noticiários das 18h00 da RR, revela-se a evidente inspiração católica da estação que pertence ao Patriarcado de Lisboa e à Conferência Episcopal Portuguesa. Em comparação entre as duas rádios, é visível a diferença de importância que é dada a esta temática. Na Antena 1 esta é a categoria com menos notícias (n= 2), já na RR representa um dos principais temas (n= 10). Estes resultados mostram o pendor da emissora católica para a abordagem de temáticas ligadas à sua génese religiosa, deixando antever uma maior abertura de espaço em antena para estas questões, o que espelha também a sua linha editorial.

Se na quarta posição surge a Religião na RR, na Antena 1 surge a Cultura (n= 7). Muito embora a emissora de serviço público tenha vários espaços na programação semanal dedicados a temas culturais, existe a preocupação de incluir, sempre que seja pertinente, uma notícia ou uma reportagem de cultura. Na Renascença, a cultura surge como a temática menos abordada (n= 3), contudo, com base na observação participante realizada, percebe-se que existe de igual forma um esforço por parte da equipa, em especial do editor, para incluir esta temática sempre que se justifique e que exista espaço no serviço noticioso.

No caso do desporto, há uma grande aposta das duas rádios através de espaços de informação dedicados inteiramente a assuntos relacionados com esta temática. Por essa razão, aferimos que a atenção dos noticiários da Antena 1 e da RR acaba por recaír mais sob outros assuntos, visto que o desporto tem outros blocos informativos, nos quais as notícias podem ser mais desenvolvidas. Na RR foram contabilizadas mais duas notícias desta temática do que na Antena 1 (n= 3). Neste caso, ainda mais do que em qualquer outro, o horário justifica esta diferença, ainda que seja pequena. Há poucos assuntos relacionados com desporto indispensáveis ou até pertinentes para os ouvintes às 8h00. Pode acontecer, e acontece, existirem situações impactantes o suficiente para serem levadas a antena naquele horário, no entanto são casos pontuais. Ao contrário, na

RR o horário das 18h00 é mais suscetível para que existam acontecimentos noticiáveis, também pela sua atualidade. Contudo, o noticiário de desporto, o Bola Branca, arranca por volta das 18h15, ou seja, instantes depois do fim da síntese informativa, por esse facto também, há poucos temas desportivos pertinentes o suficiente para serem abordados neste momento.

Olhamos agora para os diferentes géneros jornalísticos utilizados pelas duas rádios. O formato mais privilegiado pela Antena 1 é a notícia em peça gravada (n= 48), na maior parte dos casos apenas com a voz de um jornalista, sem o recurso a RMs ou RDs. Na RR, o género mais utilizado é a breve (n= 49). Escolhas diferentes, devido a recursos também eles diferentes: o primeiro ponto e o mais evidente é o tempo de noticiário, sendo que na Antena 1 os noticiários chegam a ter entre 10 a 12 minutos, já na RR são de, no máximo, 8 minutos, com uma breve interrupção para publicidade. O tempo disponível faz com que os editores tenham de fazer a melhor gestão possível do trabalho que irá ser transmitido em antena, assim como os recursos humanos disponíveis. A redação da rádio de serviço público tem mais jornalistas disponíveis do que a rádio de serviço privado. Em média, por turno na Antena 1, os noticiários são produzidos por 9 jornalistas, enquanto na RR é feito com uma média de 4 profissionais.

Através destes resultados obtidos, podemos indagar que a aposta significativa em notícias no formato de peça gravada revela que o noticiário tem tempo suficiente para desenvolver determinado tema; a riqueza sonora é uma preocupação, ou seja, há oportunidade para os jornalistas disponíveis noticiarem determinado assunto, de forma a que os ouvintes possam ter uma experiência auditiva mais rica e interessante, ao variar os protagonistas, introduzem mais ritmo ao próprio noticiário.

Na Antena 1 seguem-se as "breves" (n=34) como o segundo género jornalístico mais utilizado pelo turno da Manhã 1, com uma diferença mínima para as notícias com RM (n=33). A observação participante permitiu perceber as três razões que levam a estes reultados. As breves, podem ser utilizadas em diferentes situações: primeiro, porque é um assunto de última hora e não há forma de obter reações sonoras a tempo do noticiário, mas no entanto é necessário dar a notícia; segundo, o tema é do interesse público mas não justifica uma reação, ou seja, uma voz não iria acrescentar nada ao tema; terceiro, porque há um tempo curto no espaço noticioso e não há tempo para dar a notícia sem ser em formato de breve. O que acontece, na maioria dos casos, é que as breves são informações de última hora, ou ainda por esclarecer, na tentativa de obter reações. Quando se trata deste último caso, o que acontece é que o assunto acaba por ser

desenvolvidio noutro espaço de informação ou no noticiário a seguir. No turno da Manhã 1, há um esforço de todos os elementos para que existam vozes, RMs dos protagonistas, e a análise revela exatamente isso. Contudo, o horário dos noticiários (8h00) traz algumas dificuldades acrescidas aos jornalistas do turno. Nem sempre é fácil conseguir contactar as fontes e obter reações, a uma hora em que a maioria das pessoas está indisponível, porque estão a dormir ou porque estão atarefadas para ir para os seus trabalhos e outros afazeres familiares.

O segundo formato mais utilizado no serviço noticioso da RR são as notícias com RM (n=40), sendo que, este dois formatos mais utilizados pela estação - breve e notícia com RM - são os que ocupam a maior parte do tempo de grande parte dos noticiários, como podemos constatar na Tabela 3.

Como vimos, sendo uma emissora generalista, o tempo de notícias é mais reduzido e não permite abordar os assuntos, na maioria das vezes com recurso a outro formato que, geralmente, tende a ser mais longo, como é o caso da reportagem, do direto e da peça gravada. Por outro lado, na Antena 1 há três formatos privilegiados: a notíca com RM, a peça gravada e as breves. No entanto, sempre que o assunto justifica, as equipas dos diferentes turnos das duas rádios apostam nos géneros jornalisticos menos utilizados, como é o caso do direto e da reportagem.

Para terminarmos a análise comparativa, tendo em consideração os dados obtidos na amostra dos noticiários, olhamos agora para as fontes de informação utilizadas.

Neste campo, as fontes de informação mais utilizadas pela Emissora Católica são as institucionais (n= 59), com ligação ao Estado, que representam metade das fontes utilizadas por esta rádio. Assim como na Antena 1, são as fontes mais comuns são as institucionais ligadas ao Estado.

Partindo agora para uma análise global, tendo em conta todos os resultados obtidos, através das notas de campo, enquanto observadora participante, as respostas às entrevistas elaboradas e os resultados obtidos na análise aos noticiários, vamos comparar os dados obtidos, num primeiro plano, em relação à Antena 1. Através da observação participante percebeu-se que os jornalistas têm um acesso, na maioria daz vezes, mais direto com fontes institucionais e oficiais, o que não quer dizer que optem por noticiar ou desenvolver todos os assuntos que chegam por via desses protagonistas. Ou seja, há naturalmente, muitas vezes, um contacto priveligiado com fontes ligadas ao Estado, por exemplo, mas não se reflete nas escolhas editoriais. Na análise aos

noticiários foi exatamente isso que constatamos: são noticiados mais assuntos de cariz social do que político. Um resultado que corrobora com as respostas dadas pelos dois entrevistados – António Jorge, diretor de informação da RTP Norte e, Miguel Soares, editor da Manhã 1 – que, resumidamente, afirmaram não haver nenhuma influência direta do Estado na informação que é divulgada.

No caso da Renascença, através da experiência de observadora participante foi possível perceber que há uma proximidade maior com as fontes ligadas à Igreja, ligação essa que se reflete na estratégia da informação. Através das entrevistas, foram obtidas conclusões distintas. O editor da Tarde, Sérgio Costa, reconhece que há efetivamente um peso dos gestores naquilo que é a estratégia de informação da rádio, no entanto, ressalva que, independentemente do conteúdo da notícia, ela não deixa de ser dada por poder ser negativa para a Igreja Católica, exemplo disso, são os casos de abusos sexuais na igreja. A análise aos noticiários da RR mostra que há um equilíbrio maior entre as diferentes categorias temáticas, no entanto, os assuntos de política ocupam maior destaque. Assim como, é evidente o peso dos assuntos religiosos, que em comparação com a Antena 1, são mais recorrentes na emissora católica portuguesa.

Conclusão

Os estudos existentes sobre a estratégia de informação das rádios em Portugal são escassos. Igualmente raras são as investigações que estabelecem uma comparação entre o serviço noticioso das diferentes estações de radiodifusão em Portugal.

O propósito primordial desta investigação consistia em aferir a estratégia do serviço noticioso da emissora de serviço público e da rádio privada, através de um estudo de caso à Antena 1 e à Rádio Renascença. Estas emissoras são duas das três estações portuguesas mais antigas e que ainda vigoram, sendo que dominaram a oferta de radiodifusão na década de 30, ao mesmo tempo que a Rádio Clube Português. Foram criadas por motivos distintos, mas ambas surgem da necessidade que os seus criadores tinham em fazer com que "determinadas" mensagens chegassem ao público.

Assim, e por terem (e ainda serem) dois marcos históricos na radiodifusão nacional, considerámos pertinente na primeira parte deste estudo abordar a história das duas emissoras. Esta contextualização permitiu-nos perceber que desde cedo a rádio de serviço publico e a rádio privada têm vários pontos que as diferenciam. A Antena 1, na altura Emissora Nacional, nasceu no controlo do regime salazarista, para servir os interesses políticos do Governo. Por outro lado, e pouco tempo depois, foi criada a Rádio Renascença, numa altura em que a Igreja Católica procurava marcar uma posição na sociedade. Se nos primeiros anos da sua criação, a rádio pública servia os interesses do Governo, atualmente e, desde a Revolução de 25 de abril de 1974, a estação foca-se na satisfação das necessidades da população (Leite, 2015). Por outro lado, a Rádio Renascença, sendo a emissora oficial da Santa Sé, nasce com a função de divulgar a mensagem cristã católica. Posto isto, e no decorrer deste estudo, percebemos que, por estarem sob alçada de diferentes gestores, seguem linhas editoriais, muitas vezes, opostas ao longo do seu percurso de mais de oito décadas.

A Antena 1, fazendo parte da RTP, o grupo de comunicação que detém a concessão de serviço público, define a programação em busca da satisfação dos interessentes do público. Por outro lado, e, muito embora seja um órgão de comunicação privado, também a Rádio Renascença tem a preocupação em ir ao encontro dos interesses dos ouvintes. Contudo, cada uma à sua maneira. Afinal, em que diferem as duas rádios? A RR tem de incorporar a publicidade na sua emissão e tem a preocupação de ter uma grelha de programação, não só atrativa para os ouvintes como para os possíveis financiadores. Assim, o tempo de antena preenchido com publicidade,

acaba por retirar tempo a outros conteúdos, como é o caso dos noticiários. Este pequeno detalhe faz, muitas vezes, a diferença. Embora pertença ao Patriarcado e à Conferência Episcopal Portuguesa, a RR sustenta todos os custos, materiais e humanos, através da publicidade. Este é um fator determinante para as diferenças que constatámos entre aquilo que é a estratégia de informação da Antena 1 e da RR.

Na segunda parte da investigação procedemos à descrição dos dois estágios realizados, que serviram nesta investigação como trabalho de campo, sobre o qual foram sendo tiradas notas de campo ao longo do período de estágio de cerca de dois meses em cada uma das emissoras. Num primeiro momento, narrámos as experiências, de forma a transmitirmos a realidade vivenciada nas redações e todo o trabalho nelas desenvolvido. Estes dois momentos foram fundamentais para concretizar eficazmente esta investigação. Enquanto observadora participante, a investigadora conseguiu, na primeira pessoa, perceber a dinâmica da redação, o que está por trás da produção noticiosa e o caminho que é feito até a informação chegar à antena.

Durante o período de estágio, selecionámos 15 noticiários para análise das categorias temáticas, géneros jornalísticos e as fontes de informação utilizadas na construção da informação. Tornou-se essencial analisarmos os noticiários das duas estações, para que pudéssemos responder com segurança às questões de partida levantadas pela investigação:

Sendo a Antena 1 uma rádio de serviço público e a Rádio Renascença uma emissora privada e de inspiração católica, existe total imparcialidade e independência da informação? Numa resposta simples, concisa e direta, arriscamos, agora, a dizer que sim. A informação na Antena 1 e na Rádio Renascença é construída de forma independente e imparcial. No entanto, o mesmo não acontece com o alinhamento dessa mesma informação. Ou seja, as notícias regem-se pelos princípios base inerentes ao jornalismo, escolhidas e criadas com base em critérios de noticiabilidade (valores notícia) transversais e universais, e, por isso mesmo, são independentes e imparciais. Contudo, no que concerne ao alinhamento dos noticiários, constatamos que a atenção e a prioridade dada aos temas da atualidade, são, algumas vezes, influenciadas. No caso da Renascença, a política é a categoria temática mais abordada, seguem-se os assuntos sociais e da Igreja Católica. No caso da Antena 1, os temas sociais apresentam um peso significativo nos noticiários, são as notícias mais exploradas, com uma diferença significativa para os assuntos de política.

Num segundo momento, tentámos perceber se, representando o serviço público de radiodifusão e sendo financiada pelo Estado, o peso que têm as fontes oficiais e estatais na informação da Antena 1 era superior. Por outro lado, sendo a RR pertencente ao Patriarcado de Lisboa e à Conferência Episcopal Portuguesa, que influência têm estes gestores nos conteúdos informativos. Este estudo encontra como resposta o facto de tanto na rádio Antena 1 como na Rádio Renascença existir grande proximidade com as fontes ligados ao Estado. No entanto, na RR, os jornalistas têm também um acesso mais rápido ou facilitado às fontes com ligação à Igreja Católica, o que pode justificar a sua maior preponderância.

Com esta análise, conclui-se ainda que, através dos resultados obtidos aos noticiários das duas estações, a categoria temática mais abordada na Antena 1 agrega os assuntos sociais. Por outro lado, e, ao contrário do que seria expectável, é nos noticiários da RR que a política tem maior representatividade. Neste sentido, constatamos que o peso dos assuntos sociais na Antena 1 é significativamente maior do que as restantes temáticas com mais de metade dos assuntos abordados desta categoria. Já na RR, há um equilíbrio maior entre as diferentes categorias, com diferenças menos acentuadas entre elas. Ou seja, respondendo às perguntas de partida iniciais - A presença do Estado na informação da Antena 1 não é mais forte do que a que existe na Rádio Renascença, nem mesmo a estratégia da rádio pública passa por abordar mais notícias enquadradas na categoria de Política. Embora esta categoria assuma importância, os assuntos de cariz social são, claramente, os que mais marcam a antena nos seus noticiários. Já acerca da questão de partida sobre a estratégia da Rádio Renascença passar por abordar mais assuntos religiosos, consegue-se perceber que sim. A quantidade de notícias de cariz religioso, na RR, é evidentemente superior à da Antena 1.

Por forma a aprofundar esta investigação, tal como referimos no decorrer deste estudo, foram realizadas 4 entrevistas a elementos destas rádios, com cargos de edição e de direção. Com este método científico, quisemos perceber, pela voz de quem, diariamente, decide os temas que chegam ao público, o funcionamento da redação, de que forma a informação é selecionada, se existe ou não uma estratégia definida. Neste sentido, as respostas obtidas corroboram aquilo que já tínhamos, anteriormente, constatado na análise aos noticiários e que detalhámos nos parágrafos anteriores.

De acordo com esta investigação, concluímos que a estratégia do serviço noticioso das rádios Antena 1 e RR apresentam mais semelhanças do que diferenças. A

análise aos 15 noticiários, acrescida das notas de campo trazidas da experiência da observação participante nas rotinas produtivas nas redações das duas rádios, assim como as entrevistas complementares, permite-nos identificar diferenças na estratégia da informação da rádio de serviço público e da rádio privada, mas com semelhanças significativas durante a rotina produtiva de ambas as redações. Para esta situação, podem estar associados os princípios que regem o jornalismo e a profissão de jornalista que, à partida e ética e deontologicamente falando, serão os mesmos independentemente do órgão de comunicação. Por exemplo, todo e qualquer jornalista deve seguir o código deontológico.

Contudo, concluímos também que o âmbito da cada estação influencia a estratégia na divulgação da informação. Quer isto dizer que a abordagem feita a um determinado assunto é, muitas vezes, diferente e consoante o órgão que a está a tratar. Ora, se a Antena 1 é financiada por todos os contribuintes e a RR cobre todos os custos materiais e humanos através da publicidade, este facto é um potencial influenciador naquilo que é a grelha de programação de cada uma das estações e no que toca à informação não há exceções. Por exemplo, é assumido, nitidamente, o recurso a noticiários mais reduzidos na emissora privada, mesmo em horas de maior audiência, ao contrário do que se passa na rádio de serviço público.

Este estudo mostra também que tem vindo a verificar-se uma evolução e adaptação da informação da rádio, às necessidades que os consumidores têm, atualmente, sobretudo na RR.

Esta investigação, embora de elevada importância e bem fundamentada, poderá, de futuro, ser ainda melhorada ou pormenorizada. Para investigações futuras seria interessante analisar as duas estações no mesmo horário ou até compará-las com outra rádio privada de cariz informativo, como por exemplo a TSF ou a mais recente Rádio Observador. Seria ainda interessante aumentar o número de noticiários em análise, bem como o período em análise.

Assim, e apesar de apresentarmos uma metodologia variável e sólida, estamos conscientes de que este estudo exploratório nos permitiu retirar conclusões que abrem pistas e caminho para novas investigações, que possam afirmar com segurança quais as estratégias das rádios portuguesas conotadas, ainda, com serviços de informação rigorosos e mais completos.

Bibliografia

Amorim, I. (2008) *As notícias na rádio: rotinas de produção e papel do jornalista.* Disponível em https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/1230/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o.pdf

Baldi, V.; Cardoso, G.; Couraceiro, P.; Pais, P. & Paisana, M. (2019) *O mercado publicitário em Portugal. Lisboa:* OberCom – Observatório da Comunicação

Barbosa, L. (2010) *O percurso da rádio: do analógico ao virtual*. Disponível em http://repositorio.esepf.pt/bitstream/20.500.11796/848/2/PG-TIC-2010_Radio%20Projecto%20final%201.pdf

Barbosa, C. (2019) *Ainda vai a rádio ao fim da rua e ao fim do mundo?* Disponível em https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/93360/1/CatiaBarbosa_versaofinal.pdf

Bezerra, H. (2014) *As transformações da noção de serviço público na União Europeia: o serviço de interesse geral do Tratado de Lisboa*. Disponível em http://direitoestadosociedade.jur.puc-rio.br/media/Bezerra_n32.pdf

Bonixe, L. (2019) *As primeiras experiências de radiodifusão local em Portugal (1977-1984).* Disponível em https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_35_12/5666

Bonixe, L. (2020) *Jornalismo radiofónico e inovação – uma análise à cobertura de acontecimentos mediáticos*. Disponível em https://run.unl.pt/bitstream/10362/107804/1/7312_Texto_do_Artigo_34091_1_10_20200721.pdf

Bonixe, L. (2011*) Jornalismo radiofónico e internet: Um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio.* Disponível em https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1569/1549

Bryman, A. (2004). *Quantity and quality in social research.* Nova Iorque: Routledge.

Cantanhede, A. (2018) *As marcas e o som na publicidade radiofónica*. Disponível em https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/25667/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20DOC.FINAL%20Filipa%20Cantanhede.pdf

Cordeiro, P. (2004) *A rádio em Portugal: um pouco de história e perspetivas de evolução.* Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf

Cordeiro, P. (2005) *Rádios temáticas: perfil da informação radiofónica em Portugal. O caso da TSF.* Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-o-caso-tsf.pdf

Costa, A. (2015) *As aberturas nos "desenvolvimentos" dos noticiários da TSF – Rádio Notícias.* Disponível em https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/5613/1/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1gio%20-%20Andreia%20Costa%20%28final%29.pdf

Costa, P. (2017) *Teias da rádio: ensaios e reflexões sobre as políticas do setor.* Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Fernandes, B. (2011*) A Teoria clássica do gatekeeper e do newsmaking na rádio: o caso da RDP*. Disponível em https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1311/1/Tese_Bruno_Fernandes.pdf

Gradim, A. (2000) Manual de Jornalismo Livro de Estilo do Urbi et Orbi. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/gradim-anabela-manual-jornalismo-1.pdf

(Granado, A. 2021), *Manual de Reportagem. O Texto – Elemento Âncora da Reportagem.* Disponível em https://run.unl.pt/bitstream/10362/126849/1/202101151504_202009_manualreportagem_pcoelhoireislbonixe.pdf

Jordão, A. (2009) *Som, audiência e arquivo: A RDP África como case study.* Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/1893/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O.pdf

Lopes, G. (2021) *Os efeitos da convergência mediática numa redação. O caso da Rádio Renascença.* Disponível em https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/76985/1/Relat%C3%B3rioDeEst%C3%A1gio_Corrigido_Gon%C3%A7aloLopes.pdf

Oliveira, M. (2021) *Manual de Reportagem. O Som – Elemento Âncora da Reportagem.* Disponível em https://run.unl.pt/bitstream/10362/126849/1/202101151504_202009_manualreportagem_pcoelhoireislbonixe.pdf

Mendonça, L. (2015) *O radiojornalismo em Portugal: as manhãs da Antena 1, Rádio Renascença e TSF.* Disponível em https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/5430/1/O%20radiojornalismo%20em%20Portugal.pdf

Meneses, J. (2016) *Jornalismo radiofónico.* Disponível em https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/43887/1/JPM_2016_jornalismo-radiofonico.pdf

Midões, M. (2020) *O terceiro setor de radiodifusão em Portugal: mapeamento e caracterização das rádios comunitárias*. Disponível em https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/95297/2/TESE%20DOUTORAMENTO%20-%20MIDOES%20-%20FINAL.pdf

Midões, M. (2011*) Opinião Pública, média e líderes de opinião: um estudo exploratório sobre a influência dos média e dos líderes de opinião na formação da Opinião Pública.* In J. C. Correia & R. Maia (Org.). Public Sphere Reconsidered. Labcom

Midões, M. & Martins, J. (2020) *As fontes de informação na imprensa local durante a pandemia da Covid19: o caso do jornal da Bairrada*. Disponível em https://revistas.sopcom.pt/index.php/comunicando/article/view/2/20

Miranda, E. (2019) O newsmaking da Rádio Renascença: a influência da Igreja Católica nos critérios de noticiabilidade. Disponível em http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/64567/1/3_RelatorioEstagio_pg34183_Eduardo%2bMiranda.pdf

Moura, I. (2018) *O poder secreto da voz.* Porto Editora

Neves, B. (2014) *O serviço público de rádio em Portugal: que futuro?* Disponível em https://repositorio.iscte-zul.pt/bitstream/10071/9480/1/master_bruno_abreu_neves.pdf

Nogueira, L. (2016) *Para a História do Jornalismo Desportivo Radiofónico em Portugal: O Contributo da 'Bola Branca'.* Disponível em https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/86668/2/163302.pdf

Oliveira, F. (2012) *A cultura como notícia: o espaço dos temas culturais na televisão portuguesa.* Disponível em https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1543/1/Tese_Fatima.pdf

Oliveira, M. & Ribeiro, F. (2015) *Radio, Sound and Internet.* Universidade do Minho: CECS

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*. Disponível em https://run.unl.pt/bitstream/10362/4661/1/1.pdf

Pedro, C. (2016*) Critérios de noticiabilidade e jornalismo online: o caso do Jornal de Notícias.* Disponível em https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/85627/1/RELAT%C3%93RIO%20FINAL.pdf

Portela, P., Reis, I. & Ribeiro, F. (2014) *Das piratas à internet: 25 anos de rádios locais.* Disponível em http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2049/1971

Reis, A. (2015) *O áudio nas cibernoticias de rádio*. Disponível em: https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/79715/2/103264.pdf

Reis, A. & Ribeiro, N. (2022) *História do Jornalismo Radiofónico em Portugal: dos primeiros noticiários aos anos 90.* Lisboa: Instituto de Comunicação da NOVA

Ribeiro, N. (2007) *A Emissora Nacional: das emissões experimentais à oficialização (1933-1936)*. Disponível em https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/10386/1/03_10_Nelson_Ribeiro.pdf

Rodrigues, L. (2013) *O serviço público e a Informação da componente desportiva.* Disponível em https://eg.uc.pt/bitstream/10316/35908/1/O%20Servico%20Publico%20e%20a%20Informacao%20da%20Componente%20Desportiva.pdf

Santos, S. (2011) *Serviço público de radiodifusão em Portugal: do controlo ideológico ao fim da representatividade social.* Disponível em https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/20291/3/Tese%20Silvio%20Santos%20.pdf

Santos, R. (2005*) Rádio em Portugal: tendências e grupos de comunicação na atualidade.* Disponível em https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1351/1333

Sobral, J. (2010) *O "Destaque do Meio-Dia da Rádio Renascença.* Disponível em: https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/55329/2/TESEMESJOANASOBRAL000124771.pdf

Traquina, N. (org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*

ANEXOS

Anexo I - Entrevistas

Jornalista e membro da direção de informação da Antena 1 - António Jorge

Jornalista e há vários anos editor do programa Antena Aberta, é nele que nos vamos focar na fase inicial desta entrevista.
Era inevitável uma rádio pública ter um espaço para o público participar. Dar voz a uma sociedade, ainda que seja um pequeno número de pessoas que vá para o ar, é importante transmitir mensagens e espelhar as preocupações e visões do povo?

Eu não sei se era inevitável, e a minha dúvida reside na palavra que surge como a primeira da pergunta, mas acho que é importante, de facto, a rádio pública ter um espaço que permita ao seu auditório e aos portugueses, falando de uma maneira genérica, poderem expressar as suas opiniões sobre temas relevantes que marcam o quotidiano do nosso país e do mundo.

Já foram constatadas repercussões impactantes resultado da Antena Aberta?
Há um ou dois casos concretos que me lembro que sim. Lembro-me, em particular, de uma senhora que telefonou para o programa a dizer que estava desempregada. O comendador Rui Nabeiro estava a ouvir o programa e contactou a sua secretária pessoal que entrou, por sua vez, em contato direto com a produção da Antena Aberta a oferecer trabalho àquela senhora em particular. Ela está, ainda hoje, a trabalhar numa das empresas de Rui Nabeiro. E, há outro caso, muito semelhante, que também traduz essa ideia, ou seja, sim o programa teve já efeitos práticos, concretos, na vida das pessoas.

De que forma são escolhidos os temas que vão ser comentados, além da atualidade? Dois temas atuais: (exemplo) legislativas a decorrer e seleção portuguesa de futebol sagra-se campeã do mundo no Qatar. Como se define o tema que mais importa discutir?
Isso é sempre o grande busílis do programa, é a grande dificuldade, na hora de decidir o tema que vamos escolher quando temos, por exemplo, o que foi apresentado, dois casos de temas relevantes e distintos. Genericamente distintos, porque um trata de política,

que tem a ver sobretudo com o dia a dia das pessoas, aquilo que comem, aquilo que conseguem ter como emprego, aquilo que querem para a educação dos filhos, e aquilo que querem para a saúde dos filhos. Tudo isso está representado no ato de escolha de um governo, como representam umas eleições legislativas e, por outro lado, temos a tentação da popularidade que o futebol tem entre nós e a facilidade com que através desse tema poderíamos, nesse dia, conquistar mais audiência, sermos mais bem aceites pela maioria dos ouvintes. Isso é difícil. No meu caso pessoal, quando tenho de fazer essa escolha, raramente tenho dúvidas que, perante os dois exemplos aqui apresentados, o decurso de umas eleições legislativas e um facto relevante da seleção portuguesa de futebol, se fosse absolutamente impossível debater o assunto eleições legislativas no dia seguinte, eu teria escolhido a eleições legislativas. Se fosse possível, por exemplo, discutir no dia seguinte o tema eleições legislativas, e fosse completamente descontextualizado no dia seguinte discutir o tema futebol, poderia ter optado pelo tema futebol.

A Antena 1 apresenta um formato que se mantém inalterado há alguns anos. Já foram pensadas alterações? Por exemplo, serem os ouvintes a escolher o tema que vai ser discutido? Através de uma votação, por exemplo?

Não, porque isso desvirtua o programa. Porque na minha cabeça e na cabeça da direção de informação da rádio pública, a Antena Aberta é um espaço da direção de informação. É um espaço de informação, que tem um ADN, um bilhete de identidade, digamos assim, esta característica. É um programa de informação que representa uma escolha editorial da direção de informação da rádio publica. E, portanto, o jornalista é sobretudo um editor, é uma pessoa que escolhe, que determina caminhos para o espaço, neste caso em concreto, de debate, dar essa oportunidade aos ouvintes de forma sistemática era abdicar do nosso trabalho primeiro que é editar o mundo, que é escolher perante a multiplicidade de factos que constituem o dia a dia do mundo, aqueles que são mais relevantes para serem discutidos, apresentados, contados, informados, aos nossos ouvintes, ao nosso auditório.

Jornalista e editor na Antena 1 - Miguel Soares

És o atual editor da Manhã 1, um dos turnos da rádio que tem mais audiência, isto porque compreende as horas em que as pessoas vão para os trabalhos/saem de casa etc. Quais sãos as principais responsabilidades de um editor?

Acho que em qualquer horário temos sempre de ter responsabilidade máxima, tentar não falhar, tentar dar a informação com o maior rigor possível e tentar deixar as pessoas o mais bem informadas possível. Há uma preocupação de manhã que é: quem ouve a Antena 1 estar a par do que se passa de essencial em Portugal e no mundo, esse é o ponto de partida. Isso inclui notícias que nós próprios recolhemos e notícias que jornais ou outros meios recolhem e que dão naquele dia e, portanto, nós quando vamos servir a refeição ao senhor ouvinte temos de lhe apresentar um menu em que temos os pratos principais do dia, daquela manhã. Não só com os temas que marcaram a noite, sobretudo, depois dos telejornais, como os temas que marcam a imprensa da manhã e os temas que nós desenvolvemos. Acho que esse é o critério principal em termos de seleção de notícias. Sendo editor, naturalmente, a última palavra é sempre minha, mas ouço a equipa, consulto a equipa e sou muito sensível às opiniões da equipa. Tento que a decisão seja conjunta, o mais conjunta possível, embora seja sempre responsabilidade minha. Portanto, se a escolha for má, a responsabilidade será sempre minha.
O planeamento é mais importante na Manhã 1 do que em qualquer outro turno. Porque a Manhã 1 vive não só das notícias dos outros meios, e tentarmos perceber o que de mais importante aconteceu nas últimas horas, como também antecipar o assunto que vai marcar o dia e, podemos ser nós próprios a marcar a agenda daquele dia. Aliás, essa é a maior ambição, penso eu, de todos os órgãos de comunicação social, a capacidade para se marcar a agenda de todos os outros órgãos. Ou seja, aquele assunto que de repente ninguém falava, e de repente nós falamos, não porque naquele dia há um acontecimento de agenda, mas irmos pegar num assunto que ninguém estava a falar, nós pegarmos e metermos toda a gente a falar desse assunto. E essa, é na Manhã 1 a principal preocupação: antecipar os assuntos, marcar a agenda e não deixar que agenda nos marque, é a maior ambição e a maior dificuldade.

Enquanto editor manténs uma comunicação mais direta com a direção de informação. (Sem querer entrar em informação confidencial) que assuntos são abordados nestas reuniões?

Não há informação confidencial. As reuniões que nós temos são reuniões de planeamento, reuniões em que participam os editores não só de turno, como de área (por exemplo, a política), o responsável da agenda, e discutimos os assuntos da semana seguinte. Não quer dizer que essas reuniões não possam servir também para falar da forma como tratámos determinado assunto, ou de outros problemas que a redação vive, ou de algumas questões que possam ser mais pertinentes ou outras que possam ser mais laterais até, por vezes, quer a nível de meios técnicos, quer a nível de meios humanos, quer a nível de deslocações. Mas é, sobretudo, para partir pedra em relação à semana seguinte ou aos dias seguintes, ou às semanas seguintes, dos grandes temas que teremos de tratar e, portanto, grande parte da discussão é em relação a esses temas e de como vamos tratá-los. Mas, é uma reunião perfeitamente idêntica, se quiseres, às reuniões de equipa, só que olhando mais "*à la longue*" e, olhando para a rádio no seu todo e não apenas para um turno. É no fundo planear, aquilo que vamos pegar, aquilo que é prioritário e de que forma vamos pegar. E, geralmente, as propostas surgem de cada equipa, e são partilhadas com as restantes equipas, com os restantes editores e na presença obviamente da direção. Depois, a direção, tal como eu sou o responsável de equipa, a direção é responsável da equipa no seu todo, e pode, eventualmente, dar contributos, pode até dizer que determinada abordagem poderá não ser a mais adequada por este ou aquele motivo e discutimos depois com argumentos de parte a parte, mas aí a última palavra será sempre da direção.

Mas não me recordo de grandes polémicas em torno da forma como vamos pegar num assunto no futuro. Às vezes, há mais polémica entre nós, polémica de forma saudável porque a discussão deve existir e faz sentido, aliás quando não se discutir numa redação, quando não houver discussão crítica, então aí parámos, morremos, temos de discutir. E há coisas que correm bem e outras menos bem, e, portanto, isso faz parte do nosso dia a dia, e é natural que depois haja divergências, diferentes pontos de vista na forma como vamos pegar em determinado assunto.

Acreditas que há diferenças ou que tem de haver diferenças entre o serviço noticioso de uma rádio de serviço público comparativamente com uma rádio de serviço privado? Ou pelo contrário?

Falando um bocadinho do meu trajeto pessoal, eu nunca senti no exercício do meu trabalho, nunca senti grandes diferenças em termos de orientações, código deontológicos, ética de trabalho, felizmente trabalhei, se calhar, num tempo em que nas rádios privadas esse respeito era maior do que se calhar é hoje, por força de vários fatores. Não só porque os jornalistas sempre tiveram muito pouca valorização profissional, porque nunca foi uma profissão muito bem paga, nunca foi muito valorizada pelas próprias empresas, embora sendo uma profissão que eu acho que as pessoas acabam por valorizar. Mas por força do surgimento da internet, de outros meios e ferramentas de comunicação, a pressão sobre os jornalistas é tal que a qualidade e o respeito pelas normas deontológicos vieram a degradar-se. E sobretudo nos meios privados, a diminuição do bolo publicitário, o investimento cada vez mais diminuto que as empresas fazem nos órgãos de comunicação, por força do digital, a crise que atravessamos, esse bolo encolheu ainda mais, por isso eu sinto que há cada vez mais atropelos à profissão, à forma de se exercer de maneira equidistante, sensata, com o cuidado que ela exige. Senti que houve uma diminuição muito grande das condições de trabalho e isso reflete-se na qualidade de trabalho que se exerce.

Quando passei pelas privadas foi num tempo diferente, não sendo propriamente o tempo das vacas gordas andava lá próximo. Tínhamos outro tempo para fazer as coisas, tínhamos outros meios e ferramentas para fazer as coisas, portanto essa pressão não era tão grande como agora se sente. E aquilo que vou dizer tem de ser enquadrado nesse contexto na realidade que eu conheci. Porque, se eu agora disser que as privadas não faziam um trabalho tão diferente assim, pode ser mal interpretado se não for contextualizado, por isso é que estou a ter esse cuidado. Ou seja, eu não senti quando passei pela TSF, sentia mais pressão nas rádios locais (pressão política, comercial, etc.), como agora outros colegas em meios privados devem sentir, na altura não sentia isso, uma diferença tão abissal assim, se calhar sentia ao contrário. Ou seja, um serviço público mais parado no tempo, mais enquistado, mais acomodado, acho que esse panorama com o decorrer dos anos mudou, acho que o serviço público está mais

dinâmico, mais elástico, mais ativo, evoluiu no bom sentido. E, portanto, aproximou-se das rádios privadas.

A Antena 1 é uma rádio que presta serviço público, mas não deixa de ser um órgão gerido pelo Governo. Enquanto editor, a pergunta tem de ser direta. Há influência (ainda que disfarçada) do Governo no momento em que são decididas as notícias que vão para o ar?

Em termos de orientação política, que eu acho muitas vezes que as pessoas pensam que o serviço público está instrumentalizado pelo poder político, eu não sinto isso francamente na rádio, na Antena 1. Nunca tive alguém que me ligasse a dizer "não dás isso", nunca tive esse tipo de pressões, mesmo. Portanto, posso dizer-me um felizardo. E no privado, houve aqui e ali algum momento em que senti pressões externas e não quer dizer que não existam na Antena 1, atenção, tive aliás o exemplo de pessoas, incluindo de uma pessoa que era uma figura que na altura tinha bastante influência política, aliás dois casos, e pelo menos numa delas achava que eu devia ser despedido por causa de uma opção que tomei editorialmente e em que tive o apoio da direção, esteve do meu lado, porque achou que o que eu fiz foi o mais correto, não só informativamente como em termos deontológicos. Portanto, nunca notei esse tipo de pressão ou esse tipo de diferença a não ser na agilidade no órgão de informação. Passei também pela imprensa, durante alguns anos, e se calhar na imprensa senti mais esse tipo de pressão por causa da dependência financeira, face à necessidade de sobrevivência, nunca no meu trabalho diretamente, mas senti que havia esse tipo de pressão. Acho que o jornalismo está muito sujeito a isso e depois os jornalistas têm de ser ou não capazes de ultrapassar isso, mas no tempo presente nunca senti tanta pressão quanto isso. Porque sempre escolhi livremente, autónoma, independente, sem interferência externa ou de superiores hierárquicos, e quando senti nunca senti que tivesse motivação política. Há naturalmente aqui e ali posições diferentes de como pegar no assunto, mas nunca me disseram "tira isto do ar".

Insistido ainda na questão anterior. É inevitável que exista uma maior proximidade entre o Estado e a Antena 1, comparando a ligação do Estado com

outros meios de comunicação. A pergunta é: estão as fontes de informação "viciadas" por existir esta proximidade?

Acho que não. Acho que tem mais a ver com algumas relações pessoais que se possam estabelecer e depois objetivos, obviamente, se um determinado político quer fazer chegar a sua mensagem a um determinado tipo de público pode privilegiar este ou aquele órgão para fazer chegar a informação, isso é habitual que aconteça. Agora nunca senti, e estou de consciência tranquila para dizer, sempre fui imune a tentativas de plantar notícias, ou fazer propaganda em função do contacto com A ou B. Autonomia total.

Estás na Antena 1 há 17 anos. Notas uma evolução naquilo que é o serviço noticioso desde essa altura até agora? A estratégia da informação alterou?

Houve evolução. Acho que os noticiários ao longos dos anos, se comparar, o que noto é uma agilidade maior, uma flexibilidade maior. A linguagem acho que mudou. Acho que as pessoas, a redação no geral é mais dinâmica, mas também perdeu gás em algumas matérias, os recursos que nós temos não são os ideais. A redação já teve mais meios para responder a determinadas necessidades. Há muitas necessidades que nós temos, quer materiais quer humanas, que estão por responder. Agora há uma evolução, mas não me parece tão claro que haja uma mudança estratégica. Temos *guide lines* muito genéricas. Não é a nossa preocupação chegar primeiro. A nossa maior preocupação é dar melhor, de maneira sólida e com maior credibilidade. Tentamos ser aqueles que damos melhor.

Qual é a tua maior preocupação enquanto editor? Além de seres a voz que chega às pessoas, qual é o teu principal objetivo?

Não errar, apostar no cavalo certo, ou seja, nós temos de fazer uma escolha de manhã e às vezes em tempo muito curto, como tu sabes, testemunhaste. Temos de decidir, vamos por este ou vamos por aquele caminho, portanto apostar no cavalo certo no sentido, qual o tema que realmente mais interessa às pessoas e que mais pode marcar o dia ou os dias seguintes. Por isso, dar a informação da melhor forma possível, ser rigoroso e ser credível.

Diretor de Informação da Rádio Renascença - Pedro Leal

Está na Renascença desde 87. Em 2001 assumiu responsabilidades na área do digital, esteve como chefe de redação e diretor-adjunto de informação. Desde 2007 é o diretor de informação de uma das rádios mais antigas de Portugal.
Atualmente, acumula também o mesmo cargo nas emissoras do grupo Renascença - a Mega Hits e a RFM. Mas, foi como jornalista que entrou na Renascença. O que mudou na informação da rádio desde a década de 80 até agora?

Se estivermos a falar do plano conceptual, não mudou nada. O objetivo é sempre o mesmo. Informação tem de ter os critérios que nós estamos habituados a tratar. Do ponto de vista formal, é evidente que hoje os formatos são diferentes, a informação é muito mais rápida, muito mais concisa, e adapta-se a formatos mais amigos daquilo que hoje se chama utilizador, ou seja, do ouvinte. Em termos de presença, também mudou muito por causa das plataformas onde temos de estar presentes, hoje em dia uma rádio não é só uma rádio, é um site, é redes. Ou seja, a multiplicação de meios onde é preciso estar aumentou, a forma é diferenciada, o espírito conceptual do que é a comunicação de informação mantém-se. Ou seja, eu quando entrei cá em 1987, o princípio orientador é sempre o mesmo, no caso da informação e nós temos de saber utilizar os instrumentos para encontrar essa verdade que interessa ao público. Isso manteve-se igual.

É necessário que exista esta ligação entre a rádio e o online, no sentido em que a rádio sempre foi um meio mais fugaz, onde a informação está mais concisa, é importante que haja esta complementaridade com o online?

A necessidade da presença deriva da necessidade de estar onde as pessoas estão. Porque, as pessoas podem ouvir na Renascença, consumir no Público, no DN, no JN, no Expresso, em vários, ou seja, nós não podemos acreditar que as pessoas nos ouvem a nós e nos vão ler a nós. Isso acontecia no tempo em que éramos mais estáticos, nós falávamos e as pessoas escutavam-nos, porque não havia muitas hipóteses. Hoje em dia o mercado é muito concorrencial, e a maioria das pessoas, por muito que isso nos custe, não segue a Renascença, seguem no Facebook alguma coisa que lhes aparece no *feed*.

Portanto, hoje temos de estar em todos os sítios onde as pessoas estão e, depois, desejamos que as pessoas nos acompanhem, mas isso nem sempre é assim, nem sempre acontece. Temos de estar em cada plataforma onde estamos, temos de estar de forma correta, de acordo com aquela plataforma. A informação na rádio não é uma sub-informação, por ser concisa não é pior, o facto de ser concisa, às vezes, até pode ser melhor. Eu não sou muito partidário da ideia de que a rádio é um "sub qualquer coisa" do resto da informação, "porque a parte séria está num jornal" isso já não existe. São diferentes níveis de profundidade, diferentes níveis de enfoques, diferentes níveis de aproximar a notícia.

Hoje em dia, apesar do nosso negócio vir maioritariamente da rádio, e neste momento o negócio da rádio é, em termos financeiros, o suporte de qualquer empresa de comunicação social, pelo menos em Portugal, creio eu que ainda é assim. Mas o facto de estarmos presentes nos outros sítios, temos de estar de forma correta e total. O que une tudo é a marca. É natural que quem queira ver, ouvir ou ler a Renascença, procure porque somos uma rádio séria. Temos de puxar as pessoas para nós por aquilo que são os nossos princípios básicos, essa é a nossa luta.

Quais são as responsabilidades do Pedro enquanto diretor de informação da Renascença?

São as responsabilidades de um diretor de informação. Definir os critérios editoriais, qual é a linha editorial do canal Renascença, quais são os assuntos que devemos ou não privilegiar e de que forma.

Embora seja uma rádio generalista, a Renascença produz noticiários que são emitidos em direto à hora certa. Existe uma comunicação permanente do Pedro com os editores e os outros jornalistas? De que forma funciona essa relação?

Os órgãos de informação que têm uma hierarquia não é para mandar, têm uma hierarquia de funcionamento, porque é impossível, por exemplo, no caso da Renascença sermos à volta de 70 jornalistas, não é possível estar a falar com tantos jornalistas ao mesmo tempo. Portanto, o que há é uma organização que pode parecer que é piramidal, mas não é, ou seja, é piramidal porque é preciso fazer "chavetas e subchavetas", para podermos funcionar. É evidente que eu funciono com a direção e com chefia de

redação, às vezes com os editores, os editores com os jornalistas, e por aí abaixo, não por uma questão de galão, não é esse o ponto, é o ponto de sermos eficazes no funcionamento, porque é impossível estarmos ligados 24 horas. Isto é uma hierarquia não de ordem, mas funcional, é como nós pomos o produto. Quem está a trabalhar de manhã não me está dizer exatamente o que está a fazer, é evidente que mais hora menos hora eu sei o que estão a fazer, mas não podemos trabalhar assim, se não estamos a pedir com licença uns aos outros para trabalhar e isso não é possível.

A estratégia do serviço noticioso da Renascença alterou ao longo dos anos?

A forma como nós trabalhamos também se adapta à forma como as pessoas funcionam. Eu pergunto, quem é que hoje aguenta um noticiário de 15 minutos, quem é que hoje aguenta um noticiário de 20 minutos seguidos como se fazia antigamente? Nós tínhamos um espaço informativo ao meio dia que era o Grande Jornal, só o nome assusta, era uma hora de informação. Esse tipo de informação hoje cada vez mais está em nichos, não está em rádios de grande público. Hoje em dia não há muitas pessoas que ouçam uma hora de informação. A BBC tem um programa muito bom que é o News Hour, quem é que ouve, em Portugal? É uma pequena minoria, que é importante, não estou a desconsiderar a minoria, só estou a dizer que uma rádio do nosso cariz, uma rádio generalista não pode trabalhar para minorias tão pequeninas.
Outro ponto: houve uma altura em que tínhamos uma ligação às comunidades muito forte, correspondentes em todo o lado, hoje em dia isso não é possível isso acontecer. Primeiro porque as pessoas não estão lá e segundo porque não há meios financeiros para aguentar uma situação dessas. Não estou a dizer que a situação que está é a ideal, aquilo que estou a dizer que aquilo que se tentou fazer há uns anos, de estar em todas as cidades, em todas as capitais de distrito, em todo o lado, hoje em dia até com a vias de comunicação que existem estamos perto de todas as cidades, no Porto quase que se está a uma hora e meia de tudo, da região norte e centro. Hoje em dia, a forma de estar presente no território também se alterou. Temos de ser rentáveis. Um dos pontos e, já agora faço a diferença entre o serviço público e o serviço privado, é a publicidade. Os meios privados, nomeadamente no caso da Renascença, só têm uma fonte de rendimento: publicidade. Ou temos um negócio montado numa estrutura rentável ou estamos todos no olho da rua no dia seguinte porque não há dinheiro para pagar.

Sabemos que um órgão de comunicação privado, monetariamente, depende da publicidade. Há conflitos entre aquilo que é o serviço noticioso e aqueles que financiam a estação? De que forma é feita essa gestão?

Não, porque são setores totalmente separados. Não há nenhuma relação entre a Renascença e a empresa que vende a publicidade da rádio, que é a Intervoz. Eu vou dar um exemplo, no caso do Sérgio Costa, está agora no Brasil a cobrir as eleições. Ele está lá com o apoio de uma agência de viagens, mas apenas apoiam, ninguém se mete no conteúdo do jornalista. No dia a dia, o jornalista não contacta com o dinheiro. Até houve uma altura que uma marca estava a fazer um anúncio no topo de hora, antes do sinal horário, essa marca teve um problema legal e nós abrimos os noticiários a denunciar essa marca e fizemos isso sem problema nenhum. No dia em que este compromisso se quebrar quebra-se o princípio base da separação de funções. Isso para nós é claro, nada deixa de entrar por causa da publicidade. Porque no dia que deixarmos de fazer, isso é a quebra do princípio base. O que há é outra coisa, são os conteúdos disfarçados de informação, as chamadas publireportagens, mas isso no nosso site esses conteúdos estão sempre assinalados como conteúdos patrocinados, quando entram na rádio não são feitos pelos jornalistas, são feitos por pessoas da programação.

No seu entender a informação de uma rádio de serviço público deve ser diferente de uma rádio privada? E porquê?

Uma rádio de serviço público e uma rádio de serviço privado devem ter as mesmas preocupações: verdade, pluralismo, horizontalidade, chegar a várias pessoas. Depois, há outra questão que são os meios, evidentemente uma rádio pública terá mais meios que uma rádio de serviço privado. Não é por acaso que se diz que a Renascença faz serviço público, porque nós não nos orientamos só pelo clique. Fazemos coisas que, às vezes, até pode vir a ter um custo superior ao ganho que nós podemos vir a ter. Por exemplo, nós estamos agora no Brasil e aquilo é caro, mas temos porque temos de estar. Ir ao interior do país, permanentemente, como nós vamos, eu pergunto, quantos vão? Ou seja, o serviço noticioso acaba por ser diferente quase que pelos meios, mas o objetivo é igual, na minha opinião. A informação da Renascença não pretende excluir ninguém, pretende chegar aos vários sítios. Depois há situações que é uma questão de meios, não

temos, não é possível porque tudo aqui tem de ser pago, tem um custo e o retorno desse custo não nos está sempre garantido ao fim do mês.

Jornalista e editor da Rádio Renascença Sérgio Costa

Sérgio, és o editor do turno da Tarde na Renascença. É um dos horários de maior audiência, ali entre as seis da tarde e as 8 da noite, altura em que a maior parte das pessoas está no carro, ou em viagem no regresso a casa. Há uma responsabilidade maior por seres o porta-voz da informação de uma das estações de rádio mais ouvidas no país, em especial neste horário? Quais são as principais responsabilidades de um editor?

A principal responsabilidade é selecionar notícias, ir ao encontro de notícias que verdadeiramente interessam às pessoas. Eu julgo que vemos em inúmeros órgãos de comunicação social aquilo a que eu chamo uma espécie de seguidismo, que é ir tudo ao mesmo. O esforço que nós temos de fazer é encontrar notícias que, de facto, vão ao encontro dos interesses de quem nos está a ouvir naquele horário. E quem é que nos está a ouvir naquele horário? São as pessoas comuns, são as pessoas que estão a sair do trabalho, vão para as suas casas, buscar os seus filhos. Se eu tiver uma notícia de educação, eu privilégio uma notícia de educação, a uma notícia de internacional, a menos que seja uma coisa absolutamente estrondosa. Se houver uma notícia de saúde, eu privilegio, naturalmente, uma notícia de saúde, à queda de um ministro do Governo de Liz Truss. Ou seja, a minha responsabilidade é encontrar os temas que, de facto, dizem respeito à vida das pessoas. E, essa, é a seleção que eu tenho de fazer no turno da tarde, quando há um pico de audiência, e quando as pessoas estão a sair dos seus trabalhos, a seguir para suas casas, no regresso à sua vida normal.

É difícil produzir noticiários de hora em hora, tendo em conta que falamos de noticiários com uma duração de cerca 4 minutos, alguns deles com um destaque, ou seja, um tema em maior desenvolvimento. De que forma fazes essas escolhas diariamente? Tanto quando há excesso de temas que merecem ser noticiados, assim como quando há falta de assuntos. De que forma é feita essa gestão?

Apesar de ter esse tempo reduzido nas sínteses, tenho espaço para desenvolvimento de temas mais pertinentes e que dizem mais respeito às pessoas. Se me obriga a fazer uma seleção, se é mais difícil? A seleção não é difícil, o problema é quando eu tenho vários temas que interessam às pessoas. Aí tentar condensá-los num espaço curto de tempo, isso aí já é a capacidade de quem está na equipa a editar, de condensar, de reduzir o tempo da palavra sem perder a qualidade de transmitir a informação, essa é que pode ser

a grande dificuldade. A grande dificuldade de um noticiário mais curto é dizer por menos palavras aquilo que é essencial e garantir que o ouvinte está verdadeiramente informado sobre um tema que é do seu absoluto interesse. Quanto ao tempo reduzido criar dificuldades na seleção de temas? Não. A única dificuldade é tentar condensar a palavra e garantir a informação total.

Acredito que enquanto editor mantenhas uma comunicação mais direta com a direção de informação. (Sem querer entrar em informação confidencial) que assuntos são abordados nestas reuniões? Há alguma espécie de diretivas ou linhas orientadoras que venham de cima?

Sim tenho. Privilegiamos as questões sociais mais do que, por exemplo, uma troca de palavras mais acesas no parlamento, ou qualquer questão processual do parlamento ou política. Quem vai buscar o seu filho à escola, ou está a sair do trabalho, ou vai para uma consulta, ou tem um tratamento no hospital, ou está a ir ao supermercado e está a fazer contas à vida, para saber que não pode gastar tanto como gastava há cerca de um ano, interessa muito mais saber em que condições pode receber um apoio social, interessa saber mais se tem médico de família ou não, do que uma pequena trica parlamentar ou uma resposta mais abrasiva do líder da oposição para o primeiro-ministro ou vice-versa. Essas são as conversas que nós temos e a definição que nós temos e a linha editorial que nós temos na Renascença, que é privilegiar os assuntos sociais e de interesse das pessoas.

Acredita que há diferenças ou que têm de existir diferenças entre o serviço noticioso de uma rádio de serviço privado comparativamente com uma rádio de serviço público? Ou pelo contrário devem procurar o mesmo tipo de temas, contactar o mesmo tipo de fontes, etc.?

Não deve. Jornalismo é jornalismo seja lá onde for, seja qual for a entidade patronal. Mas, há. Eu vou dar um exemplo. Na rádio pública, eventualmente há um certo cuidado com as questões relacionadas com o Governo, numa rádio privada ou que é detida pela Conferência Episcopal, ou seja, pela Igreja Católica, eventualmente haverá algum tipo de cuidado com determinado tipo de temas relativamente à Igreja Católica. Isto, não quer dizer que as notícias não sejam dadas, as notícias são dadas, aliás, eu devo dizer uma coisa, e não é estar a defender a Renascença, isto é um facto: a Renascença, mais rapidamente dá uma notícia perturbadora para a sua entidade patronal do que a rádio

pública dá uma notícia perturbadora para o Governo. Isto é um facto. Há mais auto censura, pelo menos é aquilo que eu vejo e já vi várias vezes, há mais auto censura num jornalista da rádio pública do que numa rádio privada. Parece-me.

Sendo jornalista na Renascença há 25 anos sente ou consegue dizer se houve alterações à estratégia de informação da Renascença no decorrer de todos estes anos, ou manteve-se?

Houve. Quando eu cheguei há 25 anos, privilegiava-se muito a política, os jogos de política. Vou-te dar um exemplo concreto, eu cheguei a fazer madrugadas em distritais de partidos para perceber determinado tipo de decisões e lugares nessa distrital. Isso é uma coisa que hoje não se faz e nem interessa a ninguém. Portanto, deixamos de fazer isso, mas era comum há 25 anos fazer-se notícia dessas coisas. Isso hoje em dia é uma breve. Antigamente faziam-se peças, passavam-se madrugadas nas sedes partidárias, não nacionais, mas distritais. Privilegiava-se muito o jogo político. Hoje em dia, voltando à minha primeira resposta, privilegiamos as questões do absoluto interesse de quem nos ouve, ou seja, o social, educação, saúde, justiça (não tão corporativa), questões políticas que que afetem diretamente as pessoas. Há uma diferença substancial, para muito melhor.

Além de seres a voz que chega às pessoas, qual é o teu principal objetivo enquanto editor?

O meu principal objetivo é informar com o maior rigor possível, só isso.