



Instituto Politécnico de Portalegre
Escola Superior de Educação

Relatório para a obtenção de Grau de Mestre em Jornalismo, Comunicação e
Cultura

RELATÓRIO DE ESTÁGIO NA
“LINHAS RÁDIO”

Mestrando – António Pinto

Aluno 13366

Orientadora – Prof. Doutora Adriana Mello Guimarães.

Estágio Curricular

Linhas Rádio

Início do estágio – 15 setembro 2014

Fim de estágio – 15 de dezembro 2014

Portalegre, outubro 2015

Relatório de Estágio na “*Linhas Rádio*”

(De 15 setembro a 15 de dezembro 2014)

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, Comunicação e Cultura, realizado na Escola Superior de Educação, do Instituto Politécnico de Portalegre sob a orientação da

Professora Doutora Adriana Mello Guimarães, a quem agradeço o apoio e ajuda nesta última fase da minha vida académica.

Índice

Resumo.....	3
Abstract	4
Introdução	5
Capítulo 1- Enquadramento geral	6
1.1 - Breves notas sobre o surgimento e desenvolvimento da <i>internet</i>	6
1.2- O novo jornalista	9
1.3- Jornalismo <i>online</i> em Portugal	11
1.4- Impacto no jornalismo	14
1.5 - Jornalismo de proximidade	18
Capítulo 2 - História da rádio	20
2.1 - Breves notas sobre o aparecimento da rádio	20
2.2 - A rádio em Portugal.....	21
2.3 - Proposta de uma <i>webrádio</i>	24
2.4 - Características de uma <i>webrádio</i>	25
2.5 - A <i>webrádio</i> em Portugal	27
Capítulo 3 - Semanário <i>Linhas de Elvas</i>	28
3.1 - História do Semanário <i>Linhas de Elvas</i>	28
3.2 - Adaptação tecnológica	31
3.2.1 - Proximidade, participação e cidadania	31
3.2.2 – Fontes, rotinas e conteúdos	33

Capítulo 4 - Análise de Estágio.....	37
4.1 - Expectativas pessoais	37
4.2 – Razões pela escolha da empresa	38
4.3 – Calendarização	39
4.4 – Atividades desenvolvidas	40
4.5 – Ferramentas de trabalho	45
4.6 – Dificuldades sentidas	46
Conclusão	48
Bibliografia	53
Anexos	61

RESUMO

O presente relatório tem por base o estágio curricular realizado na *webrádio* do semanário *Linhas de Elvas*, durante um período de três meses (15 de setembro de 2014 a 15 de dezembro de 2014).

Trata-se de um projeto iniciado em agosto de 2014, com o objetivo de aproveitar as novas capacidades e potencialidades da *internet* que se apresentam aos órgãos de comunicação, como as grandes oportunidades de divulgação dos seus conteúdos, que passam a estar disponíveis num formato diferente, a rádio.

Desta forma é essencial para os tradicionais meios de comunicação, concretamente o semanário *Linhas de Elvas*, acompanhar as novas tendências, não só tecnológicas, como também sociais, diversificando a sua oferta aos utilizadores e assumindo um novo formato, deixando de estar associado apenas e só a um meio específico.

Com este trabalho pretendo, não só analisar este novo projeto radiofónico, mas também o contexto atual da evolução dos meios de comunicação locais e a sua transição para o mundo da *internet*.

Palavras – Chave: rádio, *internet*, conteúdos, jornal, *webrádio*.

ABSTRACT

This internship report is based on the traineeship held at *webrádio Linhas rádio*, over a period of three months (September 15, 2014 to December 15, 2014).

This is a project started in August 2014 in order to take advantage of new capabilities and potential of the *internet* that are presented to the media as great opportunities for the dissemination of its contents, which are now available in a different format, radio.

Nevertheless it is essential for traditional media, particularly the weekly *Linhas de Elvas*, to follow new trends, not only technological, but also social, diversifying its offer to users and assuming a new format and no longer be associated only and only to a specific medium.

This work not only intends to scrutinize this new radio project, as well as analyze the current context of the development of local media and their transition to the *internet* world.

Key – Words: rádio, *internet*, contents, journal, *webrádio*.

INTRODUÇÃO

Depois da formação teórica adquirida nas diversas unidades curriculares que compõem o mestrado de Jornalismo, Comunicação e Cultura da Escola Superior de Educação de Portalegre (ESEP) chegou o momento de enfrentar uma nova fase deste percurso académico.

O Estágio curricular é sem dúvida uma excelente forma de por em prática e testar todos os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso, nas diversas atividades realizadas no dia-a-dia no mundo real do trabalho.

No presente relatório analiso o meu estágio curricular na *webrádio Linhas Rádio*, do semanário *Linhas de Elvas*, sob a orientação do diretor João Alves e Almeida e o apoio dos jornalistas Pedro Sena e Nuno Barraco.

Durante três meses procurei obter resposta para as questões que estão na origem deste relatório. Tentar conhecer e perceber qual o contributo da *internet* na convergência dos meios de comunicação para um formato multiplataforma e de que modo as novas tecnologias ampliam a difusão dos conteúdos informativos até agora exclusivos da edição em papel.

Procurei conhecer também o que levou os tradicionais meios locais de comunicação a transitarem para o mundo da *web*, quais as consequências dessa digitalização e os desafios que os profissionais tiveram de enfrentar e de que forma os meios aproveitam todas as potencialidades oferecidas pela *internet*, bem como refletir sobre a importância do jornalismo local e de proximidade, com base no trabalho desenvolvido nesta nova *webrádio*.

Por fim, ainda, pretendo analisar até que ponto esta *webrádio*, associada a uma publicação impressa, penetra na audiência e na sociedade e qual o contributo que a mesma tem numa maior divulgação da informação.

Nestas páginas, ainda que de uma forma certamente limitada, abordarei resumidamente a origem da *internet*, o aparecimento da rádio e a sua emergência em Portugal.

Durante três meses estive em contacto permanente e diário com a redação do semanário *Linhas de Elvas* e com os jornalistas que ali trabalham, realizando sempre funções que em nada interferiram no seu quotidiano já que participava no trabalho diário da redação, escrevendo as peças que me eram destinadas.

Este estágio foi sem dúvida a melhor forma de me integrar no mundo real do trabalho, que apesar de não o desconhecer de todo, me proporcionou novas experiências que enfrentei com mais conhecimento e responsabilidade.

CAPITULO 1 – ENQUADRAMENTO GERAL

1.1 – BREVES NOTAS SOBRE O SURGIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA *INTERNET*

Tal como sucedeu com a rádio nos anos 60 e 70, quando surgiram um pouco por toda a Europa, também a *internet*, nos anos noventa do século passado veio trazer importantes e profundas alterações, num contexto de mudança, na vida dos pequenos órgãos de comunicação social e na vida dos próprios jornalistas.

Mais do que as grandes potências no campo da comunicação, os pequenos órgãos de informação local viram alterados o seu quotidiano, o que teve consequências na vida e no trabalho dos próprios jornalistas, que inicialmente ofereciam uma certa resistência, por medo ou desconhecimento das potencialidades dessas novas tecnologias que rapidamente emergiam.

Após esse período inicial de alguma rejeição em relação á nova tecnologia, repórteres e editores integraram nas suas rotinas profissionais diárias a troca de mensagens através de correio eletrónico e da pesquisa na *World Wide Web* (WWW). A *internet*, tal como a descreve Denise Caruso, veio redefinir a prática do jornalismo:

“Como resultado, não apenas mudaram radicalmente a forma como comunicam uns com os outros e com as suas fontes mas também incrementaram a quantidade e o alcance da pesquisa que fazem para as estórias e expandiram vastamente o alcance do seu trabalho na medida em que é distribuído instantaneamente em todo o globo (Caruso, 1998, p.1)

O início da *internet*, tal como a conhecemos hoje, remonta aos anos de 1992/93, época em que começava a sua verdadeira exploração comercial nos Estados Unidos, com pouco mais de dois milhões de pessoas ligadas à rede, um número que atualmente ascende a mais de 3 bilhões, segundo dados da “*Internet World Stats*” de 30 de junho de 2015 (Cf. Anexo 1).

Deste número a maior parte encontra-se na Ásia com mais de um bilhão de utilizadores o que corresponde a uma percentagem de 47.8%, seguido da Europa com 604 milhões o equivalente a 18.5% (Anexo 2).

Para chegar a este ponto, a *internet* percorreu um longo caminho desde os anos sessenta quando a *Advanced Research Projects Agency*, criada anos antes pelo Departamento de defesa norte-americano, lançou a *ARPAnet*, uma rede de pesquisa militar descentralizada e cujo principal objetivo era ligar diversos computadores e criar um sistema de dados que pudesse resistir a um ataque nuclear.

Mais tarde, já durante a década de setenta, várias universidades americanas associaram-se ao projeto da *ARPAnet*, que permitia às suas equipas de cientistas trocar informação de acordo com os princípios da partilha de dados, autonomia e responsabilidade individual.

Em seguida, com o aumento do tráfego associado à investigação científica na *ARPAnet*, surge a *MILnet*, uma segunda rede direcionada exclusivamente para o processamento da informação dos serviços secretos militares nos EUA.

Estas duas redes (*ARPAnet* e *MILnet*) acabaram por formar a *internet*, em 1983, dando origem aos protocolos *TCP/IP*, que regulavam as relações entre as diferentes redes que foram surgindo com o tempo, entre as quais se encontra a *NSFnet*, criada pela Fundação Nacional da Ciência norte americana, que ligou quatro supercomputadores localizados em diferentes cidades americanas, marcando o início da verdadeira expansão deste serviço.

“No início dos anos noventa tiveram lugar os passos seguintes da história da *internet*, com o surgimento da *Internet Society*, uma nova organização que tinha como principal papel a normalização dos protocolos e a organização da rede em crescente evolução (...) e em 1996, com o *Telecommunications Act*, um acordo que garantia o estabelecimento de um mercado de livre concorrência no campo das telecomunicações, de forma a favorecer o seu desenvolvimento” (Cruz, 2002, pp.327-333).

Com o passar do tempo, a estratégia das empresas e das organizações passou a concentrar-se mais no *online*, os sistemas evoluíram ao ponto de se tornarem de fácil navegação para qualquer utilizador. Posteriormente surgem os motores de busca e a indústria de informação expandiu-se de tal forma que deu origem a um vasto e dificilmente quantificável volume de conteúdos. (Tenopir, 2008, pp.816-820). “Destá forma a *internet* adquiriu importância no modelo social forjado pela revolução tecnológica” (Bianco, 2008, p.3) mudança essa que contribuiu para o aparecimento de um ciberespaço onde coexistem

diversos grupos de pessoas, instituições e organizações formais e informais que se regem por diferentes interesses, valores, costumes, crenças, saberes quotidianos e hábitos socioculturais.

Este novo mundo *online* ganhou preponderância e conquistou o seu lugar, transformando o tipo de relações existentes entre os seres humanos e o trabalho, a produção, a educação, a política, a ciência, a informação e a comunicação, dando origem a uma “aldeia global” como foi definido pelo canadiano, falecido em 1980, McLuhan onde os meios de comunicação eletrónicos se tornam como expansões do próprio homem (McLuhan, 1969).

Recorde-se, aliás, que Marshall McLuhan acreditava mesmo que o veículo das mensagens seria tão ou mais importante que o conteúdo das mesmas, atribuindo à tecnologia um papel ativo capaz de moldar o contexto social. Ou seja cada meio de difusão tem as suas características próprias, e por conseguinte, os seus efeitos específicos na mensagem. Portanto para McLuhan o mais importante não é o conteúdo da mensagem, mas sim o veículo através do qual a mensagem é transmitida, isto é, o meio.

Esta teoria era “contrariada” pelos deterministas sociais, que defendiam que os *media* digitais estavam relacionados com o aparecimento de necessidades sociais complexas que precisam de ser geridas, ou melhor dito, surgem como resposta ao crescente desenvolvimento das próprias sociedades.

Entre estas duas opiniões está Manuel Castells, que acredita numa era da informação assente numa rede aberta e interativa em que a tecnologia é capaz de moldar a sociedade, mas defende que a evolução tecnológica também acaba por ser influenciada pelas necessidades dos agentes sociais e pelos seus modos de vida em constante mutação.

“a *internet* não é simplesmente uma tecnologia, é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa das nossas sociedades ou seja é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial. A *internet* é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material das nossas vidas e das nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. Simplesmente o que a *internet* faz é processar a virtualidade e transforma-la na nossa realidade, constituindo a sociedade em rede que é a sociedade em que vivemos “ (Castells, 2003, p. 287)

Para este autor esta nova forma de comunicar que proporciona a *internet* acaba por organizar toda a nossa vida, a forma como nos relacionamos e conseqüentemente alterar os pilares da sociedade em que estamos integrados.

Seria de esperar que as potencialidades desta nova rede viessem colmatar as diferenças existentes entre os povos, permitindo a erradicação de alguns dos males e iniquidades deste mundo e facilitar a formação e o desenvolvimento pessoal e coletivo.

Até 1 de julho de 2014, embora atualmente o número de utilizadores continue a crescer, apenas 40% da população tinha acesso à *internet*, segundo dados do “*Internet World Stats*” (Cf. anexo 3). De acordo com o mesmo anexo, em 1995, foi inferior a 1%. O número de usuários de internet aumentou dez vezes mais de 1999 até 2013. O primeiro bilhão foi alcançado em 2005, o segundo em 2010 e o terceiro em 2014. A tabela em anexo 3 mostra o número de usuários globais da *internet* por ano desde 1993 até 1 de julho de 2014.

1.2- O NOVO JORNALISTA

“A Sociedade em Rede implicou a adoção de novas rotinas no processo de recolha e tratamento de informação por parte dos jornalistas permitindo-lhes, entre outras coisas, uma maior relação de proximidade com as fontes”. (Cardoso et all, 2009, p.89)

Fruto desta evolução tecnológica que alcançou todas as atividades, o jornalismo não foi exceção e rapidamente se adaptou a esta nova realidade, no fundo como forma de projetar a sua própria identidade, de oferecer mais e melhores serviços, distribuir mais rapidamente os seus conteúdos e estar mais em contacto com as suas audiências, fidelizando as mesmas através de uma maior interatividades com os utilizadores.

Inicialmente havia uma certa reticência por parte dos profissionais da comunicação, motivada talvez por receio ou desconhecimento desta nova forma de comunicar. No entanto esse medo rapidamente foi substituído por uma dependência que, segundo Sónia Livingstone, veio “alterar a estrutura social e as próprias rotinas do dia-a-dia, implicando mudanças tecnológicas, económicas e sócio culturais” (Livingstone, 1999, pp.59-66).

Essas mudanças trouxeram uma nova forma de jornalismo, o jornalismo *online*, que foi evoluindo com o tempo numa nova dimensão chamada ciberespaço, onde a interatividade, o imediato, a introdução da multimédia e o hipertexto são as suas principais características.

No entanto essa nova forma de jornalismo, foi sofrendo diversas alterações ao longo dos tempos. John Pavlik (2001) sistematizou a evolução do jornalismo na *web* em três fases: fase 1 - os conteúdos disponibilizados *online* são os mesmos que antes foram publicados nas versões tradicionais do meio; fase 2 - os conteúdos são produzidas unicamente para as versões *online*, contendo já hiperligações, aplicações interativas, e nalguns casos, fotos, vídeos ou sons; fase 3 - conteúdo desenvolvido exclusivamente para a *web*, tirando partido de todas as suas características. Esta última fase, a que chamamos *webjornalismo*, caracteriza-se pela produção de informação de cariz noticioso com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, imagens - estáticas ou em movimento - e hiperligações, tudo combinado num todo coerente, interativo, aberto e de livre navegação para os utilizadores.

Os tradicionais meios de comunicação criam assim as suas próprias versões *online*, como foi o caso do jornal norte-americano *Chicago Tribune* ao lançar em 1992 o primeiro *site* de notícias no mundo. A partir de 1995 a maioria dos grandes jornais americanos e europeus já tinham disponibilizado os seus próprios *sites* na *internet*.

Atualmente, praticamente todos os meios de comunicação estão presentes na rede, devido à tendência de emigração dos leitores para este novo meio, apesar de esta migração se completar com o consumo dos tradicionais meios.

Este fenómeno alterou radicalmente todos os sistemas das próprias empresas que se dedicam à produção de informação, que reconheceram no *online* uma possibilidade de atingir uma dimensão mais global que permite ao utilizador a vantagem de poder consumir conteúdos mais personalizados.

Apesar deste novo jornalismo *online* se alicerçar nas mesmas bases do jornalismo tradicional (objetividade, credibilidade e recurso a diversas fontes) ele permite ir para além da notícia em si, possibilitando um mar de informação cada vez mais vasto onde o utilizador pode navegar livremente através do hipertexto e dos *links*.

Este novo jornalismo veio alterar toda a rotina dos jornalistas que mais do que nunca têm a necessidade de se adaptar a esta nova realidade já que passam a ter novas ferramentas de trabalho que lhes permite uma constante atualização da notícia de forma a valorizar os próprios conteúdos em relação aos outros meios de comunicação. Perante esta nova realidade

profissional, então, as competências que são exigidas ao jornalista, como é natural, também mudam. A mudança começa na própria formação dos novos profissionais do jornalismo, que, de acordo com o Arturo Merayo Pérez, passará pela capacidade multimédia:

“Como en la nueva revolución todos los medios serán multimedios, la verdadera especialidad de los futuros profesionales de la información será la capacidad de trabajo en todos ellos, seleccionando e interpretando información con la suficiente creatividad para diseñar agradablemente esa información”. (Merayo Perez, 2000, p.5)

Pelo apresentado, estamos em condições de reconhecer que o jornalista vai ter de pensar nessa história como um todo e saber aproveitar os recursos provenientes de outras fontes e remeter os leitores para a mesmas. O hipertexto permite assim ao jornalista levar os leitores *online* para um mar de informação que lhes possibilita ter uma ideia mais exata de cada assunto e complementar desta forma os seu conhecimentos. No entanto deve também saber procurar e selecionar a informação mais relevante disponível na rede, através de um processo de filtragem.

Mas, para isso, o novo jornalista deve estar a par das últimas novidades, manejar as novas tecnologias, reformular informações de muitas fontes e saber organizar arquivos para que o produto final proveniente de uma matéria-prima comum a todos os profissionais seja único e diferente. O novo jornalista deve mostrar versatilidade e adaptação em qualquer formato, integrar os vários recursos disponíveis e dominar os instrumentos de pesquisa, de áudio, de vídeo e multimédia.

No entanto as potencialidades que a *internet* proporciona aos novos jornalistas podem ser postas em causa, devido a alguns constrangimentos como sejam o investimento insuficiente nas redações multimédia, nos meios técnicos e humanos, ou mesmo a falta de formação específica para o uso das novas ferramentas.

1.3- JORNALISMO *ONLINE* EM PORTUGAL

O jornalismo *online* em Portugal está ainda a dar os seus primeiros passos, apesar de já terem passado alguns anos desde o seu aparecimento. O investimento nesta área ainda é muito

residual e os *media* começam agora a olhar com outros olhos para as possibilidades que a *internet* lhes abre.

Mas o que é o jornalismo *online*? Bastos (2010, p.1) define-o “ como o jornalismo produzido para as publicações na *web* por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo nessas mesmas publicações”. Ou seja, surge um novo jornalista que se dedicava exclusivamente a realizar peças para o mundo da *web*.

Em Portugal foi em 1995 que se verificaram os primeiros projetos, inicialmente de uma forma lenta e tímida motivada pela falta de formação multimédia por parte dos jornalistas e na resposta negativa dos órgãos de comunicação aos novos desafios propostos pela *internet*.

Os diários *Jornal de Notícias* em 26/7/95 e o *Público* em 22/9/95 foram os primeiros órgãos a criar as suas próprias versões *online* nesse mesmo ano, sendo seguidos pelos restantes jornais nacionais. Quanto às televisões a primeira a criar o seu *site* foi a *Rádio Televisão Portuguesa (RTP)*, em 28/5/93, seguida pela *Televisão Independente (TVI)* em 12/1/96 e pela *Sociedade Independente de Comunicação (SIC)* já em 2001. Recorde-se ainda que na rádio foi a *TSF* a criar em setembro de 1996 o seu próprio *site*. Inicialmente, nenhum destes órgãos tinham nas redações, jornalistas especializados em *online* razão pela qual as novas versões se limitavam a reproduzir os conteúdos publicados nos meios tradicionais.

Só a partir de 1999 se começa a apostar, apesar de timidamente, na *internet* e desde então surgem novas publicações exclusivamente *online*, como por exemplo o *Diário Digital* e o *Portugal Diário*.

Apesar desta evolução relativa que caracterizou o final do século passado, a expansão da *internet* perdeu fôlego logo em 2001, situação que se prolongou até 2007.

A partir desse ano a situação começou a alterar-se com a introdução de novas táticas no campo da *internet*, por parte de alguns órgãos de comunicação como por exemplo o aparecimento de novos canais de televisão regionais *online*, passou a incluir-se vídeos e *podcasts* nos conteúdos publicados, e tornou-se possível comentar notícias.

Só mais tarde a introdução de foto-galerias, vídeos e infografias multimédia ganharam maior destaque nos *sites* noticiosos permitindo aos leitores uma maior interatividade com os meios.

Os meios de comunicação nacionais passaram assim a aproveitar em pleno todas as capacidades e possibilidades que, de momento a *internet* oferece e que acabaram por ser também aproveitadas pelos tradicionais meios de informação locais e regionais.

Para melhor entender a razão de ser deste trabalho é importante falar resumidamente sobre o aparecimento e crescimento do jornalismo *online* nessa imprensa local e regional.

A emergência das novas tecnologias a que assistimos nos últimos anos, fez modificar o antigo paradigma comunicacional dos “*mass media*, onde o emissor da mensagem tudo determinava e o recetor apenas recebe o que apanha” (Negroponte,1995), fazendo surgir um novo tipo de jornalismo, o jornalismo *online*.

A passagem do tradicional jornalismo caracterizado pela massificação, marcado pela preponderância do emissor sobre o recetor (Bastos, 2000) para este último mais individualizado, de muitos para muitos, no qual as audiências se transformam em produtores de mensagens para além de consumidores trouxe inegáveis mudanças que implicavam a própria redefinição do tradicional conceito de jornalismo e que esteve na base do trabalho de investigação de vários autores.

Independentemente das várias denominações que têm surgido, muitos têm sido os tradicionais meios de informação local e regional, seja escrita ou falada, que se adaptaram a esta nova forma de comunicar.

Essa migração para um ambiente *online* por força do aparecimento dessas novas tecnologias veio sem dúvida promover e facilitar uma maior aproximação com as suas audiências e um maior relacionamento entre as mesmas e os meios. A digitalização do jornalismo trouxe naturalmente consequências não só no trabalho dos jornalistas e na própria indústria mediática mas também no consumidor final.

Num contexto de grandes e profundas alterações comunicacionais, o novo jornalismo *online* começou a ganhar o seu próprio espaço no mundo da *Web*, afastando-se do tradicional jornalismo e funcionando como complemento em relação a este último.

Estas alterações notam-se naturalmente com maior intensidade nos pequenos meios de comunicação onde a proximidade é, de facto, uma característica decisiva na procura de informação e que faz a diferença.

O semanário *Linhas de Elvas* é um bom exemplo dessa adaptação. Desde muito cedo soube aproveitar as potencialidades desse suporte digital em benefício da informação de proximidade que o caracteriza, e aproximar-se mais do seu público-alvo.

A mudança para um novo paradigma comunicacional, onde o utilizador é o elemento chave de todo esse processo, o que se traduz numa mudança profunda e radical (Vieira, 2007), implicou também alterações radicais no que respeita á forma como a notícia é produzida e

distribuída, utilizando para tal as mais diferentes plataformas, em horas diferentes do dia na tentativa de responder às mudanças dos estilos de vida dos utilizadores.

Antes do aparecimento destas novas tecnologias o consumo das notícias era uma atividade planeada e que fazia parte das rotinas diárias das pessoas, atualmente é a própria audiência que determina como e quando quer receber conteúdo jornalístico, fruto das diversas e diferentes formas de aceder á *internet* nos mais variados sítios e a qualquer momento.

Os novos meios tecnológicos, vieram assim aumentar o fluxo de informação, na medida em que primam pela descentralização e universalidade (Lemos, 1997), permitindo ao leitor/ouvinte ser mais ativo, já que a comunidade onde está inserido interveio nos processos de produção da informação.

Neste sentido o utilizador (leitor/ouvinte) escolhe o que quer ler ou ouvir e não apenas aquilo que lhe é oferecido. Pode assim mudar a informação, na medida em que participa nos seus conteúdos. Este novo paradigma, acabou por redefinir as próprias relações comunicativas entre os jornalistas e as audiências, levando os profissionais a ter de redesenhar o seu próprio trabalho recorrendo para o efeito a várias técnicas como o texto, vídeo e imagens que simultaneamente partilham esse lugar-comum que é a *internet*.

Cabe ainda assinalar que estamos certos que mais novidades surgirão neste novo mundo em constante mutação.

1.4 – IMPACTO NO JORNALISMO

A *internet* tornou-se assim um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos para muitos em tempo escolhido e a uma escala global. (Castells, 2004). Apesar da falta de tempo para usar e dominar adequadamente esta nova tecnologia ela acabou por se instalar com sucesso fazendo com que os profissionais passem mais tempo à secretária nas redações dos *media* do que propriamente na rua.

Com esta fase de constantes mudanças e desafios surge então o novo tipo de jornalismo produzido quase exclusivamente para a *internet* com uma componente tecnológica que obriga o jornalista a adaptar-se e fazer escolhas relativamente aos conteúdos e formatos adequados para poder contar uma história e escolher as melhores opções para o público interagir.

No que respeita concretamente ao jornalismo radiofónico sublinhamos a afirmação do professor Bonixe:

“aos jornalistas da rádio impõe-se hoje um conhecimento mais alargado que não se resume a contar os acontecimentos através do som. Exige-se uma linguagem multimediática, hipertextual e interativa. Exigem-se, enfim, novos perfis profissionais com o que isso implica em termos de formação, valores e práticas profissionais” (Bonixe, 2011, pp.29-30).

Nesta fase os profissionais executam, por necessidade, um trabalho redobrado, em que os conhecimentos das mais recentes tecnologias são uma obrigação para o exercício das suas funções, que cada vez mais obrigam a uma formação superior adequada às necessidades do meio onde trabalham. Esta fase de mudança foi entretanto aproveitada pela audiência para usar a rede na divulgação de novos conteúdos:

“Uma fase que os pequenos meios de comunicação social local e regional aproveitam para se expandirem e promove, criando as suas novas versões *online* e entram assim num novo mercado permitindo a milhões de pessoas usar a rede como um meio para difundirem as suas próprias notícias”. (Deuze, 2006, p.16).

Estas novas versões representam uma autêntica revolução na forma de produzir e distribuir notícias e onde a atualização das mesmas pode ocorrer a qualquer momento sem necessidade de esperar pela próxima edição do jornal, ou do próximo noticiário na rádio para conhecer os principais acontecimentos do dia, já que é possível a qualquer momento ler as notícias de interesse atualizadas ao minuto.

No entanto essa necessidade de atualização constante das notícias pode ter algumas consequências negativas, já que pode levar os profissionais a caírem num sensacionalismo na abordagem da informação, pondo assim em causa o próprio rigor jornalístico.

Apesar disso e tendo em conta as vantagens desta nova forma de informar foram muitos os *media* tradicionais que emigraram para a *internet*.

Inicialmente esta passagem para esse ambiente *online* começou por se traduzir numa reprodução fiel dos seus conteúdos originais, depois houve a criação de algum material

original e o enriquecimento do mesmo com hiperligações e por último os meios começaram a criar material original para a *web* e a coloca-lo exclusivamente *online* (Pavlik , 2001).

O jornalismo nas redes digitais é um fenómeno relativamente recente com os seus inícios no princípio dos anos noventa do século passado. Esse novo jornalismo representa ainda uma revolução na forma de apurar, produzir, editar e difundir conteúdo jornalístico, revolução que continua em transformação devido aos avanços tecnológicos verificados nos últimos anos e caracteriza-se pela hiper-textualidade e multimédia.

No entanto uma das maiores vantagens do jornalismo digital é, sem dúvida, o grande potencial que ele representa, razão pela qual existem tantos meios de comunicação a investir cada vez mais nas novas tecnologias. Desse potencial faz parte a grande capacidade de memória, que é outra das mais-valias do novo jornalismo e uma das principais fontes para o próprio profissional. O arquivo assume assim um papel de bastante relevo, sobretudo nos *sites* de informação noticiosa enquanto ferramenta duplamente útil de arquivo e de informação.

A emergência desta nova forma de jornalismo desencadeou profundas transformações nas redações e na forma como os profissionais da comunicação trabalham a notícia; no entanto essas mudanças verificadas, em nada abalaram os princípios basilares do jornalismo.

Os próprios meios tradicionais de comunicação enfrentam agora o problema de terem de se adaptar a uma nova linguagem e a uma nova organização ao integrar-se numa rede de informação onde os meios se misturam e se não se adaptarem a essa mudança terminam por perder terreno no mercado.

Essa nova rede implica a integração de novos conteúdos como vídeos nos jornais e nas rádios, integração essa que é fruto da transformação dos tradicionais medias para os *media* em rede.

Neste novo cenário o jornalista terá de se adaptar a esta nova tendência tornando-se polivalente e com capacidades de dominar todas estas ferramentas que têm como base comum a produção da notícia.

Essas transformações influenciam também e em muito o conteúdo noticioso e o modo de trabalho dos profissionais que enfrentam agora outro desafio; deixar de estar focado apenas e só num meio para virar a sua atenção para as diversas formas de comunicar facilitadas pelas novas tecnologias. Se a forma de consumir notícia mudou também a produção e distribuição da mesma deve acompanhar essa mesma mudança.

Tudo isso levou a uma alteração no trabalho de informar e conseqüentemente na própria sociedade. Nesta nova rede surgem novos fenômenos (*facebook*, *webblogue*, motores de busca de informação) que alteraram as pessoas e a própria sociedade. Estes fenômenos proporcionam ao utilizador o acesso a uma determinada informação, que de outra forma não teriam conhecido nem teriam acesso.

Há como uma ampliação da notícia e partilha em diversos fenômenos aos quais o público tem um maior e mais eficaz acesso. E neste aspeto os pequenos meios de comunicação local conseguem tirar partido criando novos conteúdos (vídeos, sons) e adaptando-se a estas novas plataformas como meio de chegar mais longe e a um público mais vasto.

Independentemente do meio (rádio ou imprensa) a notícia ficou mais rápida e acessível e o jornalista deve tornar-se um profissional multitarefa, com capacidade de trabalhar nos mais diversos dispositivos comunicacionais.

Estas novas plataformas em particular e a *internet* em geral, abriram um novo caminho tornando-se verdadeiras ferramentas de trabalho que contribuem para a concretização de tarefas e rotinas inerentes ao trabalho jornalístico e permitem assim juntar num só formato digital todas as formas de comunicação humana (Pavlik, 2001).

Rotinas que se alteram e que levam a que muitos profissionais já não sintam a necessidade sequer de trabalhar numa redação física e fechada, acabando por produzir a sua própria notícia do local onde ela acontece, no momento em que acontece, utilizando muitas das vezes as redes sociais da *web* para informar os seus leitores, o que nos leva a dizer que afinal a *internet*, não só cria uma nova forma de jornalismo como também cria novos jornalistas.

A mobilidade e rapidez tornam-se portanto características deste novo paradigma comunicacional, que pode no entanto acarretar alguns riscos relacionados com a perda de qualidade da matéria e da sensibilidade jornalística.

A emergência destas novas plataformas origina também um certo impacto nos *media* e no modo de fazer jornalismo, que se traduz em alterações não só na forma como os profissionais dos *media* pesquisam conteúdos e recolhem informação, como também influenciam uma produção noticiosa feita quase exclusiva e especificamente para as suas versões *online* (Bastos, 2000). Significa isto que todas estas novas plataformas alteram toda a atividade jornalística no que respeita à procura de informação e de conteúdos que se repercute no trabalho final do jornalista adaptado às novas versões digitais.

“Estas novas formas de comunicação não são mais que uma rede de pontos dispersos que possibilita um conjunto de ligações entre distintos setores da sociedade, que apesar de ligados entre si não tinham uma dimensão global” (Castells, 2004, p.15). Os profissionais da comunicação do século XXI passaram assim a ter estas novas ferramentas para escrever e divulgar as notícias e complementar a informação utilizando a multimédia, de modo a melhor informar e chamar a atenção, a curiosidade e o interesse do seu público-alvo.

Atualmente essa divulgação é feita através das diferentes plataformas existentes na *web* e aproveitadas pelos *media* locais.

1.5 – JORNALISMO DE PROXIMIDADE

A proximidade é um elemento-chave no jornalismo local e regional, tornando a comunicação muito mais eficaz, a mensagem é melhor transmitida e conseqüentemente melhor apreendida pela audiência que corresponde ao consumidor final da mensagem tornando-se assim fornecedor de *feedback* aos *media*.

Esse foi o ponto de partida que orientou o início desta nova rádio e a chave para o êxito que se pretendia, até porque a *Linhas rádio* faz parte de um grupo de comunicação local e regional que desde sempre viu na proximidade uma mais-valia para o bom resultado do seu trabalho.

Desde o início que estávamos conscientes de que esta proximidade deveria ser a linha orientadora do nosso trabalho, enquanto jornalistas, e ao mesmo tempo deveria determinar a hierarquia dos valores-notícia, colocando-a sempre em primeiro lugar, para que se possa definir o alinhamento das notícias, tendo em vista o interesse das audiências.

A importância dessa proximidade no jornalismo local acaba por ter conseqüências na comunidade levando-a a refletir, consciencializar-se e aperceber-se do que a rodeia e poder agir e mobilizar-se.

Afinal, enquanto jornalistas de meios locais fazemos parte dessa mesma comunidade e estamos assim mais próximos da população e esta, de nós. Essa proximidade, permite-nos ao mesmo tempo, perceber os conteúdos que determinam os valores-notícia, e logo organizar os restantes elementos valorativos, como a novidade, a atualidade, a relevância ou a negatividade. Resumidamente no jornalismo de proximidade é dado maior destaque aos assuntos que interessam apenas a uma comunidade específica numa área geográfica

determinada. No entanto essa proximidade é definida por várias vertentes como a temporal, geográfica, social e psicoafectiva. A vertente temporal, marca a distância do ouvinte face ao momento em que se deu o acontecimento; por sua vez a vertente geográfica está relacionada com a delimitação geográfica, ou seja começa num acontecimento na nossa rua, passando para um do nosso bairro, depois da região e do país (Camponês, 2001, p.117).

A vertente social tem a ver com a sociedade ou comunidade onde estamos inseridos, com a família, a classe social ou mesmo a política. Por sua vez a vertente psicoafectiva refere-se ao sexo, à vida, à morte e à segurança.

Um bom exemplo da importância da proximidade para o jornalismo, são os acontecimentos mais distantes, geográfica e socialmente, como as decisões da administração central e o dia-a-dia dos cidadãos.

Nestas rádios de maior proximidade independentemente de serem rádios tradicionais ou *webrádios* estas notícias devem ter uma abordagem local, com realce para as consequências que essas mesmas decisões têm para as respetivas comunidades locais.

Afinal a rádio tem um papel importante em contribuir para a informação, formação e entretenimento da audiência permitindo aos cidadãos uma maior consciência sobre o que se está a passar, para que possam intervir na tomada de uma qualquer decisão pública.

Estes novos meios de comunicação, apesar de viverem sérios problemas de sustentabilidade, desempenham também um papel bastante importante na divulgação da informação de proximidade, o que é uma vantagem em relação aos grandes meios nacionais de informação.

Os acontecimentos locais difundidos por estes novos meios de informação acabam por ganhar uma maior importância para o desenvolvimento e afirmação económica, cultural e social das regiões do interior onde estão instalados.

CAPITULO 2 – A HISTÓRIA DA RÁDIO

2.1 – BREVES NOTAS SOBRE O APARECIMENTO DA RÁDIO

Para conhecermos a história da rádio temos de regressar até ao ano de 1863, quando na cidade inglesa de Cambridge, o professor de física experimental, James Clerck Maxwell conseguiu demonstrar teoricamente a provável existência das ondas eletromagnéticas.

Depois desta descoberta foram muitos os entusiastas que continuaram os estudos, entre eles, um jovem estudante alemão, de nome Henrich Hertz que, em 1887 construiu um aparelho que permitia passar energia elétrica entre dois pontos sem utilizar fios, provando assim a teoria de Maxwell (a eletricidade viaja através da atmosfera em forma de onda).

Essas ondas acabaram por ser denominadas “ondas hertzianas” em homenagem ao seu descobridor e deslocavam-se à velocidade da luz, ou seja 300.000 km/s. No entanto o primeiro sistema de rádio surge com o cientista sérvio Nikola Tesla.

Mais tarde, em 1895, Guglielmo Marconi conheceu as descobertas de Hertz e deste novo sistema de rádio criado por Nikola Tesla e acabou por criar os seus próprios aparelhos de emissão e receção de sinais em Inglaterra, criando até a própria companhia de rádio.

Com o tempo outros cientistas se juntaram a estes estudos que acabaram por melhorar a deteção das ondas e fizeram surgir o circuito elétrico sintonizado que permitia a mudança de estação selecionando a frequência desejada.

Já no princípio do século XX o americano Lee de Forest inventou a válvula de três elementos que permitia ampliar e produzir ondas eletromagnéticas de forma contínua. Após a descoberta desta válvula foi realizada a primeira ligação radiotelefónica transcontinental entre os Estados Unidos e Paris.

Terminada esta fase de descobertas, o desenvolvimento da rádio foi muito rápido, mas só em 1920 surge a primeira emissora norte americana de nome KDKA. A partir de então assiste-se a uma enorme explosão de emissoras de rádio utilizando válvulas. Só em 1947 começam a surgir os primeiros transístores mais pequenos que ainda hoje são utilizados. Hoje em dia é possível ouvir rádio no computador através de uma ligação à *internet*.

Em Portugal começou também a surgir a febre da rádio sendo muitas as pessoas que chegaram a construir as suas próprias emissoras de rádio. Mas isso será desenvolvido no ponto seguinte.

2.2 – A RÁDIO EM PORTUGAL

Para conhecermos a história da rádio em Portugal teremos de regressar no tempo até aos primeiros anos do século passado.

Em Portugal, a história da rádio começa em 1914 com a criação da primeira estação portuguesa, a rádio Hertz, criada por Fernando Cardelho de Medeiros que foi escutada apenas por três ouvintes. Mas só dez anos mais tarde é que começam as emissões minimamente regulares com a estação amadora CT1AA, de Abílio Nunes dos Santos Júnior.

Em 1924 surge o posto emissor PIAA-Rádio Lisboa, (alterado em 1925 para CT1AA) por intermédio de Abílio Nunes dos Santos, que iniciou as emissões regulares de rádio difusão com o locutor Adriano Lopes Vieira. Este projeto foi posteriormente desenvolvido por Américo dos Santos que acabou por fundar a primeira rádio, a Rádio Graça, em Lisboa.

Mais tarde em 1928, em plena ditadura, foi fundado o posto emissor CT1DY que pelas mãos de Jorge Botelho Moniz e Alberto Lima Bastos, viria a tornar-se, em 1931 na Rádio Clube Português, anteriormente designada por Rádio Parede e Rádio Clube da Costa do Sol /CT1GL, aproveitando um decreto-lei que visava o monopólio estatal dos serviços de radiodifusão, com o objetivo de controlar e censurar a rádio.

A partir dos anos 30 do século passado o Estado apodera-se de todo o serviço de radiofonia, radiodifusão e rádio televisão pelo decreto-lei 17899 de 29 de janeiro de 1930. No mesmo ano é criada a Direção Geral dos Serviços Radielétricos, que fica na dependência dos CTT e é autorizada a compra de dois emissores (onda média e curta).

Na época do Estado novo (1933) realizam-se as primeiras emissões experimentais da Emissora Nacional, que se assume como a voz do Estado novo e em 1937 a Rádio Renascença, Emissora Católica Portuguesa começa a transmitir em onda média.

A partir dos anos 40 do século passado a Emissora Nacional sai da alçada dos CTT através do Decreto 30752, de 14 de setembro de 1940.

A rádio que se fazia, e que perdurou até ao início dos anos 70, era formal e direcionada para os lares portugueses onde tinha o papel idêntico ao da televisão na atualidade.

No final da década de 40, para além da *Rádio Clube Português*, da *Emissora Nacional* e da *Rádio Renascença*, havia conjuntos de pequenas estações agrupadas em Lisboa e no Porto; *Emissoras Associadas de Lisboa* e *Emissores do Norte Reunidos* respetivamente; e este foi o panorama da rádio em Portugal que se manteve até á revolução dos cravos de 1974, que viria

a terminar com a censura. Uma época bastante conturbada em que a rádio desempenhou um papel bastante importante, devido aos acontecimentos que então se sucederam, a um ritmo por vezes alucinante que acabaram por marcar a evolução da situação política e militar que se vivia no país. Bem se pode dizer que a rádio em Portugal, nomeadamente a *Rádio Renascença* (RR) foi, nesse período, um autêntico “barómetro” da Revolução dos cravos (Caldas, 1999).

Mas não foi só em Portugal que a rádio teve um papel importante junto da população nos momentos políticos mais difíceis.

Também em Espanha durante a Guerra Civil a rádio teve a sua importância no desenrolar dos acontecimentos, tendo sido a *Rádio Clube Português* (RCP), chefiado na altura por Jorge Botelho Moniz, a voz mais ativa, embora também a *Rádio Luso* (RL), financiada pelo regime Nazi da Alemanha e a *Invicta rádio* (IR), que estava ligada ao regime fascista português, fossem difusoras da propaganda de Franco em Lisboa e no Porto.

Sendo a radiodifusão fundamentada no som e na palavra, ela constituiu um forte meio de massas, desempenhando um grande papel junto da sociedade, especialmente durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) iniciada com a invasão da Polónia, que acabou por ocupar toda a Europa e cujas populações iam sabendo do verdadeiro desenrolar da guerra através das emissões radiofónicas da British Broadcasting Company do (B.B.C).

No entanto, para além de ser usada como um meio de informação credível e isenta, regimes totalitários e ditatoriais serviram-se dela enquanto arma de propaganda política contra outros países durante a guerra.

Em Portugal o governo decidiu suspender o funcionamento de todas as estações emissoras particulares devido à guerra, permitindo só à *Rádio Clube Português* (RCP), à *Emissora Nacional* (EN) e à *Rádio Renascença* (RR) a continuidade das suas emissões mediante um requerimento de funcionamento.

A *Emissora Nacional* (EN) porque estava controlada pelo governo, a *Rádio Clube Português* (RCP) ligado ao regime salazarista e a *Rádio Renascença* (RR) que, pertencendo à igreja estava controlada devido ao bom relacionamento entre Salazar e o Cardeal Cerejeira.

As emissoras portuguesas tinham de estar vinculadas às posições governamentais, especialmente a *Emissora Nacional* (EN) que era porta-voz do que o governo queria dizer e do que queria que os portugueses ouvissem.

O estado português proclamava internacionalmente a neutralidade mas internamente não deixava de demonstrar simpatia para com a Alemanha Nazi.

Coube à British Broadcast Corporation (BBC) tomar a voz da liberdade ao inaugurar em 1940, a secção portuguesa de onde Fernando Pessoa anuncia aos portugueses o final da guerra em 1945.

Os anos seguintes à revolução dos cravos em 1974, viram nascer inúmeras rádios locais espalhadas um pouco de norte a sul do país.

O grande “boom” verificou-se no final dos anos 70 do século passado, altura em que se contavam com cerca de 400 emissoras locais. Este número justificava-se pelo facto de para criar uma rádio ser necessário apenas e só uma mesa de mistura e um emissor, muitas das vezes construído pelos próprios colaboradores. Estas novas rádios davam voz aos cidadãos e aos seus problemas, sendo consideradas um importante instrumento de democracia do cidadão local.

Até a chegada da televisão a rádio era o veículo de comunicação de massas com maior alcance e imediatismo. Programas de entretenimento, informação das últimas ocorrências, relatos desportivos e rádio novelas faziam as delícias da audiência que a levava a manter-se “colada” ao recetor nos momentos de maior audiência.

Em 1975, fruto da nacionalização de várias rádios existentes, surge a Empresa Pública de Radiodifusão, que viria a transformar-se em *Radiodifusão Portuguesa*-Empresa Pública-RDP, e que tinha como principal objetivo prestar ao povo português o serviço público de radiodifusão.¹

Nos anos seguintes a RDP teve de enfrentar grandes e graves problemas, que passavam pela sua organização interna e por manter a sustentabilidade financeira que garantisse o futuro. Há a assinalar também que houve uma integração de várias rádios no grupo levando ao fecho de outras tantas que não foram integradas. Outro problema que a estação de serviço público teve de enfrentar foi o renascer da *Rádio Renascença* (RR) que lutou por restabelecer a ponte entre os tempos antigos e a fase pós revolucionária mobilizando esforços e boas vontades em prol da sua causa.

¹Meirelles (1996) entende por serviço público aquele que é prestado pela administração, ou pelos seus delegados, sob normas e controles estatais, para satisfazer necessidades essenciais ou secundárias da coletividade ou simples conveniências do estado. Por outras palavras, serviço público, é portanto uma atividade de oferecimento de utilidade ou comodidade material destinada á satisfação dessa coletividade e que o Estado assume e presta, por si mesmo ou por quem o represente, sob um regime de direito público. A ideia de serviço público, trás consigo por consequência, uma valorização maior dos interesses coletivos em relação aos interesses privados.

No final da década 70 começam a surgir as rádios locais, pequenas estações que iam surgindo um pouco por toda a parte, fruto de iniciativas privadas. Eram as chamadas rádios piratas, já que na altura não havia legislação que lhes fosse aplicável mas que pouco tempo depois, no final dos anos 80 acabaram por encerrar. No entanto algumas beneficiaram da nova lei da rádio de 1989 o que permitiu às ainda existentes continuar com as suas emissões normais.

Uma das presenças que mais marcou esta estação foi a de António Sala, que em 1977 abandona a estação de serviço público, para ir trabalhar na rádio da igreja.

A rádio em Portugal na época pós 25 de abril veio a conhecer grandes transformações a partir nomeadamente dos anos 80 do século passado, com o aparecimento de centenas de rádios piratas, que acabaram por ser legalizadas com a publicação da lei 87/88 de 30 de julho.

Estas rádios surgiram como forma de aceder por porta das comunidades ao espaço público, o que até então lhes era negado pelas emissoras nacionais.

Ainda no que diz respeito à evolução desse meio, não deixa de ser curiosa a divisão mencionada por Rogério Santos (2007, p.161) que distingue “o período paleorádio e o neorádio:” o primeiro tempo viria até aos anos 60, com o peso da onda média e uma cultura nacionalista e paternalista, focando a formação (e alguma pedagogia). Com o advento da FM e dos programas de autor (...) a par do peso da publicidade, surge a neorádio”.

Com esta divisão o autor refere-se aos períodos do estado novo caracterizado por uma cultura nacionalista com o objetivo de educar e formar a audiência e o seguinte, após o aparecimento da frequência modulada (FM) e o aparecimento da publicidade.

2.3 – PROPOSTA DE UMA *WEBRÁDIO*

Como nasceu a *webrádio Linhas rádio*? É essa pergunta que vamos tentar responder. Tudo teve início com um jornal elvense e para um jornal como o semanário *Linhas de Elvas*, considerado uma publicação regional de referência na área da informação local, é de grande importância acompanhar todo o desenvolvimento tecnológico num mundo cada vez mais globalizado e onde as mudanças são uma constante e as tendências estão em constante evolução.

Um mundo em que se diversificam os acessos aos conteúdos informativos através das mais diferentes plataformas proporcionadas pelo avanço tecnológico.

Depois da criação de um *site* e depois de marcar presença nas redes sociais o *Linhas de Elvas* resolveu dar o passo seguinte que seria a criação da sua própria rádio, cujo objetivo principal deverá assentar na complementaridade entre os vários formatos e os conteúdos.

De resto esta ideia vinha já sendo amadurecida há muitos anos, talvez desde que o *Linhas de Elvas* integrou a equipa que em 2000 arrancou com a *Rádio Elvas*, mas que acabou por abandonar por desavenças com alguns dos elementos da equipa.

Como se sabe, atualmente existe uma ligação cada vez mais significativa entre os cidadãos e a tecnologia, nomeadamente através de *smartphone* e *tablets*, que permitem o acesso à *internet* a partir de qualquer lugar. Assim as pessoas procuram manter-se mais informadas sobre temas que acabam por influenciar as suas próprias vidas. Foi nesse contexto que surgiu esta nova *webrádio* criada pelo semanário *Linhas de Elvas*.

Uma *webrádio* associada a um órgão tradicional de comunicação que até 2014 se dedicava a um só formato, o formato impresso, que pretende fortalecer o seu nome e associá-lo a uma marca de informação e não a um órgão de comunicação de formato único, podem ser algumas das razões que estiveram também na origem desta mudança e deste projeto.

O surgimento das *webrádios* e das rádios *online* é prova da vontade de mudança e de transição, por parte dos tradicionais meios de comunicação para um mundo cada vez mais tecnológico e globalizado. Este novo projeto radiofónico foi prova dessa vontade de mudar e de se atualizar sob pena de perder terreno.

Aproveitando os estúdios inativos da *Rádio Renascença* em Elvas, e com a colaboração dos jornalistas que trabalham na redação do semanário e dos jornalistas da antiga equipa da RR, o *Linhas de Elvas* iniciou então este desafio que pretende levar a bom termo.

Inicialmente a programação era muito reduzida tendo em conta a pouca experiência e o número reduzido de profissionais. No entanto um dos objetivos do projeto era criar conteúdos específicos para este novo meio, como forma de informar diariamente e ao minuto os leitores que até agora tinham o *site* do jornal para atualização diária e o complemento da edição impressa semanal.

2.4 – CARACTERÍSTICAS DE UMA WEBRÁDIO

Poderíamos nomear dois modelos de radiofonia: a radiofonia analógica, ou seja, emissoras que realizam transmissões analógicas através de irradiação e modulação das ondas

eletromagnéticas, também chamadas de rádios hertzianas e a radiofonia digital, que surge fruto da *internet* e engloba as emissoras de rádios hertzianas com transmissão digital (rádios *online*) e as emissoras de rádio que existem exclusivamente na *internet* ou também denominadas *webrádios*.

No caso específico deste trabalho e concretamente deste capítulo vamos debruçar-nos exatamente por esta última forma de comunicar, a rádio digital com transmissão pela *internet*.

A *webrádio* não é mais que uma forma de radiofonia digital, com suporte na *internet* e que permite a presença de elementos textuais, além de sonoros, propiciando assim novos géneros e novas formas de interação com a audiência.

Por outras palavras entende-se por *webradio* uma emissora radiofónica à qual se tem acesso por meio de uma URL (Uniform Resource Locator), um endereço na *internet*, pondo de parte a tradicional frequência num recetor de ondas hertzianas.

No computador, o rádio passou a ter, além da transmissão sonora, também textos, hiper textos, fotografias, arquivos e vídeos.

A rádio digital proporciona assim mais possibilidades, além de uma melhor qualidade de som, oferece também recursos que ampliam os formatos de programação atualmente conhecidos e novos canais de interatividade. As conversações entre o locutor e ouvinte pelo *chat*, os debates pelos fóruns, os diálogos entre ouvintes da comunidade de uma mesma emissora e a possibilidade de interferência na programação são algumas das possibilidades desta nova forma de comunicar.

A facilidade em operar e manusear esta nova rádio leva a que ela faça já parte do dia-a-dia de muitas pessoas e de diversas associações e comunidades, sendo impossível precisar atualmente o número de emissoras que estão na rede. As *webrádios* têm algumas especificidades dignas de referir, como a sua *homepage*².

A *homepage* é assim considerada a porta que recebe o internauta e através da qual o consumidor tem acesso às outras páginas da estação, serviço de busca, *chats*, biografia de artistas e inclusivamente um fórum de discussão.

²Pinho (2003; p-242) define a *homepage* como a página principal de um *site* na *web*, uma página que deve ter um *design* suficientemente atrativo que permita uma maior interação com o público. Existem também fotografias, imagens publicitárias, vídeos diversos e infografias, que permitem assim ao usuário comunicar, não só entre si, como também com a própria emissora.

Sublinhamos ainda, que as páginas de uma *webrádio*, diferem também de uma outra página qualquer da *internet*, já que é possível ouvir a transmissão radiofónica sem o auxílio visual da página, que pode ser minimizada. A mensagem tem sentido apenas pelo áudio. A transmissão sonora da *webrádio* é muito semelhante a qualquer outra a que estamos acostumados: música, notícias, promoções ou desporto.

2.5 – A WEBRÁDIO EM PORTUGAL

As *webrádios* surgem como um novo modelo de radiofonia que emerge da *internet* e que se expande rapidamente por iniciativas de grupos isolados, pessoas particulares e instituições. Atualmente há poucos estudos exaustivos sobre a existência de *webrádios* em Portugal. No entanto, segundo Jorge Guimarães Silva, autor de um dos *blogs* com maior número de visitas na área da comunicação (<http://ouvidor.blogspot.com>) “a rádio comercial foi a primeira estação privada europeia a transmitir na *internet*, em agosto de 1994”. No entanto convém assinalar que esta era uma estação hertziana com transmissão digital.

O referido *blog* realizou, também, uma pesquisa sobre as *webrádios* portuguesas com o objetivo de efetuar um levantamento de cada uma delas, concluindo existirem cerca de 16 emissoras em funcionamento: *Digital Rádio, Emissoras da RDP, Emissoras do Cotonete, Engenharia Rádio, ESEC Rádio, Jornalismo Porto Rádio, Rádio Arena FM, Rádio Autónoma, Rádio DJ Porto, Rádio Ideias, Rádio Lusitânia CB, Rádio Noite, Rádio Universitária da Beira Interior, Rádio Utopia, Rádio Web e Rádio Zero*.

Possivelmente o primeiro grande projeto de rádio português exclusivamente *online* foi a *Netradio*, que surgiu em 1996 e que encerrou a sua atividade cinco anos depois.

CAPITULO 3 – SEMANÁRIO *LINHAS DE ELVAS*

3.1 – HISTÓRIA DO SEMANÁRIO *LINHAS DE ELVAS*

Como a *webrádio Linhas rádio*, teve início num jornal, convém observar as características desse periódico regional.

Ao que tudo indica, o *Linhas de Elvas* surgiu na sequência do desaparecimento de um outro jornal, que tal como o semanário *Linhas de Elvas* também era da mesma família, o *Correio Elvense* (cf. anexo 5) nascido no principio do século passado, havendo no entanto fontes que garantem que o mesmo surgiu em 1898 do século XIX. Com o desaparecimento do *Correio Elvense*, propriedade do tio e avô do atual proprietário do *Linhas de Elvas* surge então este semanário em setembro de 1950.

Este novo semanário desde sempre procurou seguir a mesma linha, garantir a informação com a maior atualidade possível de forma a satisfazer os assinantes e leitores.

Dizer aos elvenses o que se passava na sua terra no dia-a-dia era a principal preocupação, especialmente tendo em conta o facto de, nessa altura, ser o único órgão de informação local existente.

A maioria das pessoas que colaboravam com o jornal faziam-no por “carolice”, e aliás o semanário *Linhas de Elvas* só conseguiu subsistir porque estava agarrado a uma tipografia, também propriedade da família. Nesse tempo o jornal era composto letra a letra e manualmente com uma pinça e a escrita era feita ao contrário para imprimir corretamente.

Até à atualidade, foram muitas as fases porque passou este semanário. Viveu os problemas da guerra do Ultramar, os problemas da extinta PIDE (Polícia de Intervenção e defesa do Estado) e a censura que era imposta a todos os órgãos de comunicação pelo Estado.

Depois veio o 25 de abril de 1974, uma época de júbilo e contentamento por se ter libertado o país do regime anterior e a consequente melhoria das condições de vida dos portugueses.

Como a maior parte dos jornais regionais, também o *Linhas de Elvas* não escapou ao gonçalvismo pela perseguição que lhes era feita. Foi uma época muito conturbada que com muitas dificuldades conseguiu ser superada. Após a revolução dos cravos surgiu uma época de crescimento, em parte fruto da evolução da própria cidade com o aparecimento de novas

empresas, muito comércio especialmente direcionado para os espanhóis que começavam a vir a Elvas com maior frequência e que também se tinham libertado do Franco.

Essa época foi uma época de bonança, de crescimento e que não se soube aproveitar porque se gastava mais do que se ganhava. Atualmente o *Linhas de Elvas* enfrenta alguns problemas como toda a imprensa regional motivados em parte pelo aparecimento da *internet* e a ausência de publicidade. As pessoas continuam a ver televisão e a ouvir rádio, mas o problema consiste em não haver capacidade para financiar tudo isso e como o parente pobre é a imprensa regional, é ela que mais sofre com esta situação.

Falta de publicidade, desinteresse por parte dos investidores e empresários em anunciar na imprensa escrita, em prol de outros meios de comunicação são alguns dos problemas que este semanário tem enfrentado nos últimos 35 anos.

Tendo em conta que o principal financiamento dos meios de comunicação social é a publicidade de empresas, estas deixaram de o fazer ou então escolher outras maneiras de publicitar os seus produtos, porque o dinheiro não chega para tudo.

E foi nesse sentido que o *Linhas de Elvas* se adaptou às novas tecnologias, primeiro para não ficar para trás e depois pela necessidade de se manter atualizado. Em 2000 cria o seu próprio *site*, adaptando para o efeito toda a sua equipa de trabalho já que era necessário manter essa plataforma atualizada diariamente e ao minuto. Trata-se de um *site* de fácil consulta, onde a informação é atualizada diariamente e onde o leitor pode deixar comentários sobre os assuntos e temas de seu interesse. Neste novo espaço o leitor tem também acesso a vídeos reportagens e galerias de fotografia sobre os acontecimentos de maior interesse na região.

Posteriormente aderiu também às chamadas redes sociais, nomeadamente o *facebook* e o *twitter* (pouco utilizado) não só como forma de reforçar a sua própria identidade junto da audiência, mas também como resposta à necessidade dos seus leitores e assinantes em interagir com a informação que publica diariamente e que desperta mais atenção. No *facebook* tal como no *site* a informação é partilhada diariamente com os acontecimentos de maior relevância para a cidade e para toda a região.

O semanário *Linhas de Elvas* apresenta-se semanalmente com um visual atrativo. A primeira página habitualmente inclui imagens dos temas a tratar nas páginas seguintes legendadas com os títulos das notícias desenvolvidas e relacionadas com as diferentes freguesias ou localidades do concelho de Elvas. As primeiras páginas são habitualmente

preenchidas com as últimas notícias ocorridas ao largo da semana na cidade de Elvas, notícias de interesse ou com repercussão local.

No editorial “região” surge toda a informação relacionada com diversas localidades do concelho e concelhos limítrofes (Campo Maior, Portalegre).

Em “sociedade” publicam-se notícias sobre os mais diversos eventos sociais ocorridos.

Nas páginas centrais surge uma grande entrevista, na edição analisada, realizada a Nuno Mocinha, atual presidente da Câmara Municipal de Elvas. O espaço de opinião é preenchido com algumas rubricas de colaboradores especialistas em temas de interesse para toda a comunidade.

Na área do desporto surgem notícias relacionadas com os mais diversos eventos desportivos realizados em todo o concelho de Elvas e concelhos limítrofes, também da responsabilidade de colaboradores que assumiram essa responsabilidade há já alguns anos.

Também a cultura tem espaço reservado nas páginas do semanário com uma publicação da responsabilidade de Rui Jesuíno, técnico superior de história e património na Câmara Municipal de Elvas (CME), onde habitualmente fala de património.

A necrologia e a agenda cultural, esta com os eventos a realizar durante o fim-de-semana, completam as páginas do semanário que está nas bancas todas as quintas-feiras.

Como forma de chegar ainda mais longe e a um público muito mais vasto lançou em setembro de 2014, a sua própria *webrádio*, a *Linhas Rádio*, em parceria com a *TVGuadiana*, uma *webtv* que se dedica essencialmente à informação desportiva.

A parceria com a *webtv* vai proporcionar uma troca de informação necessária a ambos os meios de forma a melhor informar a audiência. Ou seja a *TVGuadiana* canaliza toda a informação desportiva á linhas rádio e ao jornal e estes dois meios enviam á *TVGuadiana* peças sobre os mais diversos assuntos.

Trata-se de uma aposta ainda a melhorar e que conta com as colaborações dos jornalistas que trabalham na redação do semanário e dos jornalistas da antiga equipa que durante anos manteve a funcionar os estúdios em Elvas da *Rádio Renascença*. (RR).

Com esta adaptação às novas tecnologias, o semanário *Linhas de Elvas* já não é o que era antigamente, vive uma nova realidade fruto dessa mesma mudança e adaptação tecnológica necessária. Cabe ainda assinalar que a ampliação de ação de um jornal pequeno do interior alentejano para uma *webrádio* é um processo de complementaridade que evidencia a concentração de empresas jornalísticas. Ora essa concentração empresarial dos meios de

comunicação é um facto que pode potenciar riscos (prejudicar a pluralidade de expressão) e só pode ser combatida com o profissionalismo frente às pressões.

3.2 – ADAPTAÇÃO TECNOLÓGICA

3.2.1 – Proximidade, Participação e Cidadania.

Os novos meios de comunicação aceleram, amplificam e, às vezes, mutilam processos que já existiam no contexto mediático tradicional (Deuze, 2006, p.16).

Para fazer face a essa nova fase, o semanário *Linhas de Elvas* adaptou as suas estruturas, físicas e humanas. Uma situação que para o seu diretor “foi dispendiosa e lenta mas ao mesmo tempo necessária sobre pena de se perder terreno” (Almeida, Cf. anexo 4) como previam diversos autores que ao longo da história se debruçaram sobre este tema (Deuze, 2006).

Uma adaptação que implicou a ligação a uma rede global que veio proporcionar a possibilidade de levar a informação mais longe acabando com as fronteiras geográficas existentes até agora e que proporcionou também novas ferramentas de trabalho, novos conteúdos e novas formas de comunicar com o seu público.

Estas foram algumas das razões que levaram o semanário a apostar em profissionais com características e formação adaptadas a esta nova realidade.

A adaptação ao *online*, foi para João Alves e Almeida, responsável pelo semanário “uma forma de tornar mais rápido e mais fácil o trabalho de levar a informação a um maior número de leitores nos quatro cantos do mundo” (Cf. anexo 4).

Levar essa informação às suas audiências mas permitir também o retorno por parte das mesmas sobre os assuntos de seu interesse pessoal, retorno esse possível através das várias plataformas que os novos meios disponibilizam com esse objetivo.

Porque, afinal, o público ou a audiência corresponde ao consumidor final das notícias e ao mesmo tempo torna-se fornecedor de *feedback* aos *media*, tomando consciência, refletindo e acabando por intervir num debate promovido por esse meio local de radiodifusão.

A maioria da imprensa local e regional é caracterizada por um modelo de comunicação bidirecional em que o ouvinte tem capacidade para atuar não só como recetor mas também

como emissor e esse envolvimento da audiência dá maior abertura e melhor orientação na gestão e criação de conteúdos para o referido *media*.

No caso das rádios locais é inegável o seu papel na promoção do carácter local da informação já que tendem a aprofundar mais e melhor os acontecimentos da sua área de referência (Bonixe, 2003) porque são conhecedores dos problemas e ansiedades dessa comunidade a que também pertencem.

A proximidade na imprensa local e regional acaba por ser uma estratégia na captação de novos públicos que normalmente estão mais vinculados com os grandes meios de comunicação de massa, ou seja essa proximidade acaba por cativar diversos públicos tornando-os participantes ativos na produção das notícias.

Por outras palavras, o papel do público é afinal ser recetor, enquanto apreende informação, consciencializa-se e reflete sobre os assuntos abordados e emissor dando *feedback* ao meio através do mesmo. Este processo comunicacional pretende combater a ignorância e exercer o direito de cidadania e democracia com base na pluralidade opinativa.

Essa adaptação a que nos referíamos no início deste subcapítulo implicou também um cuidado redobrado por parte dos profissionais, não só no que se diz, mas também na forma como se dizem as coisas, considerando que essa adaptação fez emergir um novo público, mais informado, mais atento, que até então era desconhecido.

Para o responsável da *webrádio* esta adaptação tecnológica “só veio facilitar o trabalho especialmente no que diz respeito ao contacto com os leitores que se mostram também mais participativos” (Almeida, Cf. Anexo 4).

Uma participação que se nota nos constantes comentários e opiniões que deixam no *site* do jornal e mesmo nas redes sociais, nomeadamente no *facebook* criado para esse efeito e que se tornou assim, um verdadeiro espaço de diálogo e de opinião, e também uma forma de abrir o espaço público à participação de toda a comunidade.

Essa interatividade é no fundo aquilo que Palácios apontava como a principal característica da web para o jornalismo, invertendo assim o tradicional sentido da comunicação, passando o recetor a comunicar com o emissor.

Um novo modelo de muitos para muitos, no qual as audiências se transformam em produtores de informação para além de consumidores tornando-se mais ativas e dinâmicas (Castells, 2006).

Esta foi a forma encontrada para responder as necessidades de um novo público, que era desconhecido até então.

3.2.2 – Fontes, rotinas e conteúdos.

Como a maioria dos meios de comunicação locais também a *Linhas Rádio* está condicionado pelo número insuficiente de profissionais e além disso os jornalistas pressionados pelo tempo o que por vezes não lhe permite estar presente em todos os eventos que merecem tratamento jornalístico.

De facto, como observa Traquina (2002) o fator tempo condiciona todo o processo de produção das notícias e da informação porque a atividade jornalística é afinal determinada, pela hora de fecho.

E este é sem dúvida o maior constrangimento que enfrentamos no dia-a-dia das redações, que acaba por condicionar todo o nosso trabalho e colocar muitas das vezes em risco o resultado final do nosso trabalho.

No entanto, face às estratégias utilizadas em termos de organização da redação os profissionais necessitam que alguém lhes garanta informação suficiente e disponível para divulgar em tempo real.

Como se sabe, a maior parte da informação que chega à redação é proveniente de fontes³ oficiais que por sua vez utilizam frequentemente os chamados canais de rotina, como por exemplo os *press releases*, conferências de imprensa etc.

No entanto recorreremos também às entrevistas por iniciativa dos jornalistas e a divulgação de eventos aos quais os profissionais têm a possibilidade de assistir.

No caso do Semanário *Linhas de Elvas* e segundo o seu diretor essa evolução foi bastante positiva e veio ajudar em muito o trabalho no dia-a-dia dos jornalistas. No entanto o responsável reconhece também “a falta de credibilidade que por vezes essa informação tem, razão porque a procuram confirmar, não vá o diabo tecê-las” (Almeida Cf. anexo 4).

²Em Jornalismo, as fontes são pessoas, individuais ou coletivas portadoras de informação através das quais os jornalistas tomam conhecimento de informações, opiniões ou dados, e, também, verificam o rigor dos dados obtidos ou aferem a veracidade dos juízos de valor que lhes foram apresentados anteriormente. Os jornalistas raramente estão em condições de assistir a um acontecimento em primeira mão, por isso necessitam de fontes. Mesmo quando estão presentes a um acontecimento necessitam recorrer a uma fonte para se certificarem do que está a ser dito. Fontes oficiais: políticos, empresários, líderes religiosos, porta-voz de grandes empresas. Fontes não oficiais: ONGs, sindicatos, anónimos.

O responsável da rádio enfatizou ainda que o fluxo de informação é diferente:

“com a emergência das novas tecnologias as alterações foram para melhor (...) Nota-se uma maior facilidade e rapidez no contacto, por exemplo com as fontes de informação, que em alguns casos são os próprios leitores, que divulgam nos seus espaços na *internet* informação que pode merecer tratamento jornalístico” (Almeida, Cf. Anexo 4).

No entanto, há dificuldades em verificar e confirmar as opiniões vindas da audiência.

Por essa razão os profissionais que trabalham na redação preferem fontes oficiais, mais acessíveis suscetíveis de garantir um constante fluxo de informação que alimente este semanário e a própria rotina dos jornalistas, razão pela qual essas fontes oficiais são presença obrigatória nas notícias.

Face ao excesso de informação que por vezes chega às redações as novas tecnologias, por vezes também dificultam o trabalho do dia-a-dia, já que praticamente hora a hora é necessário atualizar o *site*. Tal facto implica ter de deixar de fazer outros trabalhos ou então ter alguém dedicado apenas ao *online*, o que nos pequenos meios de informação local, como o *Linhas de Elvas*, se torna insustentável.

Como o grupo *Linhas de Elvas* resolveu a situação? Permitiu a todos os colaboradores o acesso ao *site* e assim foi possível estar atualizado ao minuto.

A constante atualização é uma das principais características fundamentais que levou o jornalismo *online* a ter o seu espaço próprio no mundo da *internet*. Também a própria linguagem utilizada, com recurso a texto, áudio e vídeo dão-lhe esse lugar de preferência na hora de informar.

“A notícia na internet não é feita para ser consumida do início ao fim e deve ter uma linguagem própria com recurso a texto, som e imagem em movimento” (Canavilhas, 2006).

Relativamente aos conteúdos, a emergência das novas tecnologias nos meios de informação local implicou uma necessidade de adaptação à nova realidade digital. De facto as

novas tecnologias vieram exigir um maior cuidado no que se publica, um cuidado redobrado, tendo em conta a multiplicidade de leitores e internautas que as novas ferramentas nos proporcionam.

Atualmente a rádio na *internet* vive praticamente os mesmos dias da rádio no início do século passado, ou seja, um período de adaptação aos recursos que as novas tecnologias podem oferecer. Na *internet* a rádio não desempenha nem um décimo do que ela pode oferecer ao mercado.

Ainda no que diz respeito ao conteúdo, temos de destacar o seguinte: a forma como o locutor fala mostra e mede a sua preparação e formação. Se um profissional da voz cometer erros de concordância ou de vocabulário, poderá ser avaliado como alguém sem preparação, com lacunas na sua formação e a sua credibilidade e competência poderão ser postas em causa. Afinal abrir o microfone é dominar o idioma com conteúdo e clareza, é ser convincente e saber estruturar as informações.

Deve evitar-se frases longas e utilizar uma sintaxe mais simplificada. É necessário adaptar o texto á linguagem radiofónica, com uma escrita simples de fácil compreensão, já que o nível socioeconómico dos ouvintes é bastante variado.

Em rádio as notícias devem ser por isso breves sem muitos detalhes, com parágrafos curtos e objetivos e focalizar a informação mais importante.

Tal como defende Bastos (1998) a notícia para a *internet* deve-se caracterizar por uma linguagem própria, recorrendo para o efeito a texto, som e imagens em movimento.

Assim é importante alterar a forma de trabalhar, tendo em conta que agora devem fazer-se escolhas relativamente aos formatos a utilizar, para contar uma história e escolher as melhores opções para o público responder e interagir.

Não só o texto, mas também o vídeo e a imagem são aspetos a ter em conta no momento de informar, já que os mesmos complementam a informação que os nossos leitores necessitam e dão mais veracidade e credibilidade a essa mesma informação.

Em termos de valores notícia⁴, para que um acontecimento seja transformado pelos jornalistas em notícia e outros não, a proximidade, a relevância e a amplitude são sem dúvida

Valor-notícia é um valor subjetivo que determina a importância que um fato ou acontecimento tem para ser noticiado. Por este motivo é também designado de critério de noticiabilidade. sua experiência profissional e

intuição. Os fatores ou critérios que dão um fato valor-notícia coincidem na maior parte das redações dos meios de comunicação social.

os valores mais utilizados. O primeiro porque o ouvinte procura informar-se sobre temas que lhe são mais próximos, o segundo apesar da distância em que ocorreu um determinado evento este pode ter significado ou consequências para os ouvintes.

Houve sempre uma preocupação por parte da rádio e do Semanário em divulgar assuntos ou eventos que tivessem repercussão ou algum impacto no quotidiano dos cidadãos.

Em relação à amplitude, a dimensão do acontecimento a noticiar é tida em conta sempre que tiver repercussões na vida dos cidadãos; por exemplo o verão quente de 2014 na Câmara Municipal de Elvas. Foi um acontecimento acompanhado pelo semanário *Linhas de Elvas* durante várias edições e pelos diferentes órgãos de informação locais, regionais e nacionais. *A Linhas rádio* à data não estava a funcionar.

Outro valor notícia a ter em conta no momento de informar é o ocorrido no imediato, ou seja o fator tempo, que no contexto da rádio tem grande importância.

Ou seja um acontecimento ocorrido durante a manhã, como por exemplo um acidente ou um incêndio tem uma rápida difusão no primeiro bloco informativo.

CAPÍTULO 4 – ANÁLISE DE ESTÁGIO

4.1 – EXPETATIVAS PESSOAIS

No estágio que realizei na *webrádio* do semanário *Linhas de Elvas* durante um período de três meses (entre 15 de setembro de 2014 e 15 de dezembro de 2014) procurei cumprir o plano de estágio previamente agendado (Cf. anexo 6) e pôr em prática os conhecimentos adquiridos ao longo da minha formação académica na Escola Superior de Educação de Portalegre.

Este estágio foi uma forma de me integrar no mundo da informação e da comunicação, que apesar de não o desconhecer de todo, me permitiu realizar novas atividades com mais certezas e com maiores conhecimentos técnicos e ultrapassar os problemas do dia-a-dia mais facilmente.

Comprovei num contexto real parte das teorias que foram lecionadas ao longo da minha formação académica. É o caso da teoria da ação pessoal ou teoria do *gatekeeper*, surgida nos anos 50 do século passado e que está relacionada com a pessoa que numa redação toma uma decisão na escolha da matéria a tratar. Nesta teoria, o processo de seleção é fruto de uma série de escolhas onde o fluxo de informação tem de passar por diversos *gates*, que não são mais que áreas de decisão onde se faz a escolha, ou não, de uma determinada notícia para respetiva divulgação. Na *Linhas rádio* esta seleção é sempre feita por toda a equipa mas com a supervisão final do diretor.

As teorias construtivistas que vieram por em causa a teoria das notícias como espelho da realidade, foram também comprovadas no dia-a-dia do estágio.

Estas teorias concebem que o jornalista constrói a realidade e que o seu trabalho não é um espelho dessa mesma realidade tendo em conta que a linguagem neutral é impossível. Elas são afinal produzidas por pessoas que operam, inconscientemente, dentro de um sistema cultural, um depósito de significados culturais há muito armazenados e de padrões de discursos.

As notícias são ainda estruturadas em função de muitas condicionantes, como o aspeto organizativo do trabalho, o fator tempo, a capacidade de responder à imprevisibilidade dos acontecimentos, as próprias limitações financeiras, os meios técnicos da redação e muitas das vezes as pressões externas exercidas pelo poder político ou económico, este último que condiciona em muito a sustentabilidade ou sobrevivência do meio.

Isto não quer dizer que as notícias sejam distorcidas, ou muito menos sejam ficcionadas, antes pelo contrário, elas são fruto de uma série de constrangimentos aos quais o profissional tem de se render.

A *Linhas rádio*, que me proporcionou esta integração e permitiu testar os meus conhecimentos está inserida no âmbito da comunicação, uma nova *webrádio* pertença do grupo *Linhas de Elvas*.

Este novo projeto radiofónico era uma velha ideia guardada na gaveta há já algum tempo e à qual não foi dada continuidade por falta de colaboradores e inexistência de um espaço físico onde instalar os estúdios.

Aproveitando o facto de recentemente terem fechado os estúdios em Elvas da *Rádio Renascença* (RR) o diretor do semanário *Linhas de Elvas* encetou negociações com o responsável para se instalar nesses estúdios a redação desta nova rádio, proposta que foi imediatamente aceite até porque os estúdios eram demasiado profissionais e modernos para se manterem inativos e fechados.

A minha entrada para este estágio veio assim proporcionar a possibilidade de se avançar e por em prática esta ideia, já que tinha feito parte da equipa da RR e conjuntamente com os restantes jornalistas do *Linhas de Elvas* conseguia levar a bom termo este projeto.

Para o semanário *Linhas de Elvas* a nova *webrádio* era uma forma de aproveitar as novas capacidades e potencialidades da *internet*, poder divulgar os seus conteúdos que passariam a estar disponíveis num novo formato, a rádio e levar a informação mais longe.

Porque a minha experiência no campo da comunicação foi sempre radiofónica, abracei sem pensar essa ideia, que acabaria por me realizar ainda mais, não só como pessoa, mas também como profissional.

4.2 – RAZÕES PELA ESCOLHA DESTA EMPRESA

O que me levou a realizar o meu estágio nesta empresa foi essencialmente ser um meio de comunicação que já conhecia e onde tenho colaborado de alguns anos a esta parte, e onde me sinto realizado enquanto profissional.

Desde o primeiro dia que a minha interação com a restante equipa foi perfeita tendo em conta que já existiam laços de amizade pessoal e de colaboração pontual em época de férias dos jornalistas da redação do semanário.

Desde que dei os meus primeiros passos, em 1976, nos estúdios regionais de Elvas da *Rádio Difusão Portuguesa* (RDP) apanhei aquilo a que na gíria se chama de “bichinho da rádio”, inegável é que foi com o passar dos anos que percebi a importância da rádio no mundo da comunicação social.

O fascínio que rodeia este trabalho na rádio, o poder mostrar aos ouvintes a realidade apenas através de palavras e sons, tem sido sempre a razão pela qual depois de tantos anos, me mantenho nesta forma de comunicar.

Como refere Cyro César:

“ trabalhar em rádio requer três condições fundamentais: inspiração, transpiração e emoção. A inspiração vem do momento, dos acordes de uma música que toca, de uma notícia engraçada ou triste que se transmite. Ela vem quando menos se espera (...) Da mesma forma, sem esperar, vem a transpiração quando você tem a responsabilidade de aguentar um horário, sabendo que todos vão cobrar resultados (...) A transpiração faz parte da vida de quem tem vida, de quem tem de se mexer para produzir. Cada um dentro de seu mundo, de sua esfera de interesses. Suar a camisa por uma coisa que se acredita é compensador, e essa é a condição principal para realizar-se como radialista. A mistura de tudo isso dentro de um estúdio, de onde não se vê ninguém, mas que se sabe que muitos estão ouvindo, provoca uma outra coisa: a emoção. Uma sensação difícil de explicar mas fácil de entender quando se trata de algo chamado rádio (...) Afinal, a inspiração vem do momento, a transpiração do profissionalismo e a emoção do sentimento” (2005, pp.7-8).

4.3 – CALENDARIZAÇÃO

O estágio teve início a 15 de setembro de 2014 e terminou a 15 de dezembro do mesmo ano. O horário ficou distribuído da seguinte forma; de segunda a sexta das 8 horas às 18 horas, com uma hora para descanso ao meio dia.

Ao fim-de-semana trabalhava sempre que havia reportagens para realizar ou eventos a que assistir, como por exemplo inaugurações de exposições, ou outros eventos com interesse jornalístico.

Naturalmente que durante este estágio houve alguns imprevistos, como por exemplo ter de me ausentar toda uma manhã para uma conferência de imprensa ou entrevista, o que de resto acontece frequentemente nesta profissão.

4.4 – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

No início do estágio propus ao diretor João Alves e Almeida a realização de uma reunião para preparação das emissões regulares, criação de conteúdos e procurar colaboradores para garantir uma emissão regular, sem falhas e suficientemente atrativa de forma a despertar e assegurar também a atenção e o interesse dos ouvintes.

O entusiasmo inicial foi bastante evidente ao ponto de a direção do *Linhas de Elvas* realizar uma parceria com a *TVGuadiana*, uma *webtv* com a qual passaria a realizar troca de informação e com a qual eu passaria também a colaborar pontualmente, sempre que essa colaboração não interferisse com o meu estágio e com o trabalho na *webrádio*.

Nas primeiras reuniões que realizei com a equipa de trabalho do semanário *Linhas de Elvas* traçamos um plano do que viria a ser a programação da nova rádio, ficando acordado que eu ficaria ligado apenas e só à informação, assumindo a responsabilidade de realizar peças jornalísticas, entrevistas e reportagens.

Inicialmente foi decidido realizar dois jornais diários de informação local e regional, um de manhã (12 horas) e outro ao fim da tarde (16 horas). No primeiro faríamos um breve resumo, com notícias curtas dos acontecimentos mais recentes ocorridos ou durante a manhã, ou no fim do dia anterior. O segundo bloco informativo seria ao fim da tarde, mais extenso quase sempre com peças a completar a informação.

Iniciamos então as emissões experimentais preenchidas nos primeiros dias com música e informação e começaram a planear-se os primeiros programas de fundo, nomeadamente entrevistas, que deveriam ocorrer duas vezes por semana.

Esta situação manteve-se durante praticamente um mês. Mas devido ao interesse que a informação despertava nos ouvintes, e à novidade de o jornal mais antigo da cidade ter criado uma *webrádio*, decidimos aumentar o número de blocos informativos a partir de 15 de setembro (data do início do estágio) e passar a realizar três jornais diários, (10 horas, 12 horas e 16 horas) que continuavam a ser da minha inteira responsabilidade, apesar de nessa altura já

contar com o apoio mais direto dos colegas em serviço na redação do jornal, que realizavam algumas peças, ou me enviavam informação que depois era por mim tratada diariamente.

A escolha de dois blocos informativos da parte da manhã, deveu-se ao facto de, ser a melhor altura do dia em que há maior disponibilidade por parte da audiência em procurar conteúdos de seu interesse quer a nível de informação quer a nível de entretenimento. Conhecedores dessa situação, procuramos abordar em ambos os blocos informativos, os eventos ocorridos no final do dia anterior (de modo a manter sempre atualizados os ouvintes com as últimas em matéria de informação) apesar dessa atualização se tornar difícil devido aos constrangimentos impostos pelo fator tempo (Schlesinger, 1993).

Apesar disso, o primeiro jornal das 10 horas abordava essencialmente temas de interesse local e regional que tivessem ocorrido no dia anterior. Era um jornal resumido com poucos registos ou entrevistas a completar a notícia. No entanto esse primeiro bloco continha uma chamada de atenção para os blocos informativos seguintes, especialmente o das 12 horas, onde a informação era apresentada mais atualizada e que incluía já registos relacionados com as notícias abordadas.

Após o jornal das 10, que durava aproximadamente entre 5 a 10 minutos, era necessário começar a preparar o seguinte jornal que iria para o ar as 12 horas, um jornal com informação mais completa e com uma duração aproximada de 10 a 15 minutos.

Porque sabíamos que a hora do almoço é por excelência a hora de maior audiência, procurávamos incluir nas notícias, sempre que possível, *rm's* e algumas entrevistas que conseguia via telefone ou pessoalmente junto dos protagonistas das notícias durante a manhã.

As entrevistas eram realizadas quase sempre por telefone dos estúdios, onde é possível captar e registar o som das referidas chamadas.

Durante os três meses de estágio houve uma maior incidência de entrevistas telefónicas a nível local, ou seja, recolha de informação para notícias de âmbito e com impacto local.

Após o almoço começava então a preparar o jornal da tarde, que seria emitido às 16 horas e para o qual contava com a colaboração dos outros jornalistas da redação do jornal, que frequentemente enviavam peças prontas a editar.

O mesmo jornal da tarde apresentava também entrevistas de interesse local e regional que realizava no exterior sobre assuntos que pelo seu impacto mereciam tratamento jornalístico.

Após o último jornal do dia iniciava a procura de mais informação que tratava no mesmo dia, ou no dia seguinte, logo de manhã, e sempre que possível efetuava entrevistas, por telefone ou presencialmente tendo de, para o efeito, sair dos estúdios.

Nessa mesma altura começaram a realizar-se grandes entrevistas semanais (de uma hora) sobre temas de interesse local e regional, entrevistas que o diretor do semanário fazia questão de realizar e conduzir sobre temas que ele próprio selecionava.

Diariamente iniciava o meu trabalho às 8 da manhã com a consulta *online* dos jornais nacionais, passando depois para os locais e regionais, e pelos diversos *sites* regionais de informação na procura dos temas que despertassem mais atenção para o respetivo tratamento jornalístico em rádio.

Realizava de seguida reuniões por telefone, ou pessoalmente para conhecer os assuntos que deveriam ter divulgação imediata no primeiro bloco informativo da manhã.

Após selecionadas as notícias distribuíamos o serviço e cada um de nós procurava avançar para a realização de peças, efetuando por vezes alguns telefonemas, ou deslocando-nos ao terreno para recolha ou confirmação de informação.

Sair da redação e procurar confirmar no terreno a informação recebida era dos serviços que mais gostava de realizar apesar das dificuldades que isso representava em termos temporal.

Apesar de todo este cuidado apercebi-me que muita da informação recebida era excluída dos diversos blocos informativos, não por falta de interesse, mas sim pelo fator tempo com o qual lutávamos constantemente. Lutar contra o tempo é o maior problema que enfrentamos enquanto profissionais da comunicação.

Procurei conquistar esse tempo, selecionando entre toda a informação que nos chegava constantemente, a que poderia ser ou ter mais interesse para o ouvinte, ou que iria ao encontro das suas necessidades de acordo com alguns critérios de noticiabilidade (valores notícia).

Tendo em conta que estes critérios são na realidade um valor subjetivo que determina se um acontecimento pode ou não ser noticiado, baseava essa seleção na minha experiência profissional e intuição. Como já referi no subcapítulo 3.2.2 a atualidade do acontecimento e a proximidade do mesmo, eram os principais valores que levávamos em conta na altura de selecionar a informação.

Essa proximidade permite ao jornalismo perceber os conteúdos que determinam os valores-notícia e a partir daí organizar os restantes elementos valorativos, como a novidade, a

atualidade a relevância, a consonância e a negatividade. É a proximidade que determina a hierarquia desses valores-notícia para que se possa definir o alinhamento das notícias.

Essa proximidade é assim definida pelas vertentes temporal, que marca a distância do ouvinte face ao momento em que se deram os acontecimentos, a geográfica que está relacionada com a delimitação territorial e que começa no acontecimento da nossa rua e se alarga á região e ao país. As vertentes sociais e psicoafectiva têm a ver com a sociedade ou a comunidade onde o meio está inserido, as famílias ou mesmo as ideologias religiosa e política, enquanto a vertente psicoafectiva contempla valores como o sexo, a vida e a morte, a segurança, o dinheiro e o destino (Camponês, 2001).

Um bom exemplo da importância na atividade jornalística é a relação existente entre os acontecimentos mais distantes espacial e socialmente, como as decisões de instituições Europeias e a sua repercussão no dia-a-dia dos cidadãos.

Nos meios de comunicação local, como é o caso da *Linhas Rádio*, estas notícias devem ter uma abordagem local e salientar essencialmente o impacto que estas decisões europeias tem na vida dos cidadãos dessa mesma comunidade.

E aqui o jornalista tem um papel importantíssimo de mediar a fonte e a audiência permitindo expor assuntos fundamentais que devem ser discutidos posteriormente em hasta pública, de forma a permitir á audiência uma maior consciencialização e reflexão sobre temas de seu interesse.

No entanto e porque se trata de uma rádio procurávamos também obter sempre um som (*rm*) que desse maior credibilidade á notícia. A existência ou não desse som, muitas vezes pesava bastante no momento de decidir a divulgação ou não dessa mesma notícia.

Durante esses três meses de estágio e para fazer um balanço final do trabalho realizado, escrevi no total 815 peças, (Cf. DVD anexo 8) das quais 296 foram de âmbito local, 362 de âmbito regional e 157 de âmbito nacional mas com interesse e repercussão local e regional (Cf. anexo 7).

De acordo com o referido anexo e durante o primeiro mês do estágio, no que respeita a informação local foram emitidas 105 notícias (35,47%), 119 notícias regionais (32,87%) e 41 notícias (26,11%) de âmbito nacional (com repercussões locais e regionais). No segundo mês de estágio, foram produzidas, de âmbito local, 99 peças (33,45%) 130 de âmbito regional (35,91) e 52 notícias nacionais (33,12%) mas com repercussão local e regional. No terceiro e

último mês de estágio a nível de informação local foram efetuadas 92 notícias (31,08%), 113 sobre a região (31,22%) e 64 de informação nacional (40,77%) mas com consequências locais e regionais. (Anexo 8 – CD)

No que respeita a entrevistas e ainda de acordo com o mapa do anexo 7 durante o mesmo período de estágio foram realizadas 156 entrevistas sobre os mais diversos assuntos.

Desse número 80, foram realizadas no primeiro mês (51,28%) 39 no segundo mês (25%) e 37 no último mês (23,72%). De facto o maior número de entrevistas foi realizado durante o primeiro mês (15 de setembro a 15 de outubro) em parte devido ao facto de se realizar em Elvas a Feira de S. Mateus que é sempre matéria para diversos tipos de conteúdos jornalísticos.

As entrevistas que posteriormente eram tratadas e emitidas parcialmente como *rm's* e anexadas aos diversos blocos informativos, foram realizadas a políticos (presidentes e vereadores) membros do governo central, empresários, comerciantes, atletas, sindicalistas, altos cargos executivos e artistas.

Relativamente às fontes utilizadas para a realização das peças, as mesmas foram maioritariamente fontes institucionais, pela facilidade em as contactar (apesar de algumas vezes ser difícil) mas também pela credibilidade que as mesmas nos mereciam em termos de prestar a informação certa no momento certo.

Como já referimos, foi sempre nossa preocupação dar a melhor e mais completa informação aos ouvintes, informação local e regional, sem esquecer os temas divulgados pelos órgãos nacionais, que seleccionávamos de acordo com a maior ou menor repercussão na vida local e regional.

Procurávamos atualizar essa mesma informação no menor prazo possível apesar das dificuldades que muitas das vezes isso pressupunha.

No entanto, os temas de maior proximidade, relacionados com o local ou regional eram tidos em conta dado o interesse e a preferência por parte da audiência, porque são esses assuntos que são mais procurados pelos ouvintes.

Daí a importância na escolha dos valores notícias e a importância e a capacidade de transformar em notícia um acontecimento por muito insignificante que seja.

No entanto essa capacidade de reconhecer num determinado acontecimento valor suficiente para o tornar uma notícia é uma capacidade que poderei desenvolver com mais profundidade no futuro para tornar mais fácil o trabalho.

Ao longo do estágio o género jornalístico que mais gostei de ter realizado foi a entrevista, porque é exatamente o género que mais me atrai. Em primeiro lugar porque consigo manter um contacto mais direto e pessoal com o entrevistado, o que me permite conhecer melhor a sua personalidade e forma de estar, imprescindível no relacionamento presente e futuro com o mesmo. Procurei obter antecipadamente toda a informação sobre o entrevistado, a sua forma de ser, de estar e a sua personalidade e simpatia, o que pode ser uma mais-valia na altura do frente a frente e deixar o entrevistado escolher o local para a entrevista. A maior parte das entrevistas realizadas foram após conferências de imprensa, porque me parecia que havia sempre “algo mais” que o dito no discurso.

Como já referi nesta análise o fator tempo foi de extrema importância para min, já que às vezes não conseguia dar conta do recado, devido ao excesso de informação que me chegava, informação que tinha de ser classificada em função do interessa da mesma para os ouvintes.

Estou consciente de que poderia ter feito mais e melhor, se tivesse integrado numa equipa maior e que se dedicasse apenas e só à rádio.

Após terminar o estágio (dezembro 2014) foi-me solicitado que continuasse a desempenhar o mesmo trabalho mas que iria contar com o apoio de um outro jornalista que tal como eu iria ficar a tempo inteiro na redação. O que nunca veio a acontecer.

4.5 – FERRAMENTAS DE TRABALHO

As novas tecnologias alteraram e em muito o mundo dos *media* e estão simultaneamente a alterar os próprios hábitos de cada um de nós. E nos estúdios desta nova rádio as novas tecnologias não podiam faltar, já que são elemento primordial para os bons resultados e êxito da nossa atividade diária.

Os programas utilizados são um contributo essencial para o êxito quer das emissões quer da própria informação. Para a realização das emissões (animação) é utilizado o “*Zara Rádio*”, de fácil manejo e acessível a todos.

Para a gravação de entrevistas e peças o mais utilizado é o “*Adobe Audition 1.5*” que nos permite realizar montagens, cortar e tratar os sons com grande facilidade e rapidez o que, em rádio é bastante importante.

Frequentemente recebia sons que os colegas da redação do jornal me enviavam e rapidamente eram tratados ficando prontos a editar.

4.6 – DIFICULDADES SENTIDAS

Este estágio realizado na *Linhas rádio* em Elvas foi uma experiência bastante positiva. Permitiu-me por em prática todos os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de jornalismo, alguns dos quais já os tinha teoricamente, mas que desconhecia serem normas específicas do trabalho de jornalista.

No entanto, senti algumas dificuldades ao longo dos três meses de estágio, dificuldades que tive de ultrapassar, como voltar a ter um horário, com uma rotina diária. Mas esta foi uma dificuldade que ultrapassei facilmente tendo por isso cumprido rigorosa e pontualmente, o horário de trabalho acordado com o responsável no início do estágio.

Constatei que os conhecimentos adquiridos nas cadeiras lecionadas ao longo de toda a minha formação académica e que se relacionam com as dificuldades sentidas pelos profissionais dos *media* no acesso às fontes de informação, são uma realidade.

Por vezes parece ser de todo impossível contactar uma fonte institucional, já que durante todo o dia a mesma parece estar sempre ausente do seu posto de trabalho, por diversas razões, o que de certo modo se torna um obstáculo para levar a bom porto o nosso trabalho.

No meu caso concreto sempre que me era pedido para contactar as Autarquias, para obter ou confirmar qualquer informação, não me era facilitado o contacto com o responsável ou quem o substituísse. Esta dificuldade acabava por pôr em causa o nosso trabalho já que o fator tempo é um dos maiores problemas que diariamente se enfrenta nas redações.

Muitas das vezes, para não dizer quase sempre, especialmente numa redação como a redação do *Linhas Rádio*, com pouco pessoal, sentimos que para nós o dia devia ter mais que 24 horas, tal a dificuldade que por vezes sentimos.

Mas esse é o nosso destino; Nelson Traquina afirma que o jornalista tem de ser dentro de toda a sua versatilidade, um “conquistador do tempo”. (Traquina, 2002, p.151)

Em rádio o tempo é ouro; com isto quero dizer que muitas das vezes sentimos a necessidade de ter o dia com mais horas, tal o excesso de informação e a escassez do tempo que temos para editar uma peça ou realizar um bloco informativo.

Uma das maiores dificuldades sentidas foi sem dúvida a “pressão” do tempo, especialmente durante a manhã em que tinha de realizar dois blocos informativos, separados apenas por duas horas.

Quanto menor for a distância temporal entre esses blocos informativos, maior é a pressão exercida, e isso prejudica naturalmente o trabalho diário de procura, seleção e tratamento da informação a divulgar.

Apesar de contarmos com a ajuda das novas tecnologias muitas das vezes, para não dizer quase sempre, enfrentamos problemas com o fator tempo, já que uma informação que nos chega deve ser tratada e confirmada com a maior brevidade possível, para posterior divulgação no mais curto espaço de tempo.

Por vezes acontece divulgar a notícia, mas deixamos a informação de que a mesma volta a ser referida no próximo jornal, mas mais atualizada, deixando para depois a obtenção de mais pormenores e mais informação que complete a notícia.

Outra dificuldade que senti durante este estágio, foi o facto de muitas das vezes se realizarem diversos acontecimentos na mesma localidade, e à mesma hora e termos de assistir a todos sob pena de não os poder divulgar nos nossos blocos informativos. Uma situação que se verifica muito particularmente na zona onde realizei este estágio, mas o bom senso a funcionar acaba por dar sempre resultados positivos.

Outra dificuldade que encontramos, mas que felizmente se conseguiu ultrapassar foi ter de entrevistar alguns políticos que fazem de cada resposta um discurso longo. Além disso, é necessário resumir as suas intervenções num registo que não deve ultrapassar os 20 ou 30 segundos ou, como máximo, os 40 segundos.

No jornalismo local um outro risco é a proximidade das fontes. Ora, a proximidade excessiva contamina o relacionamento profissional e o jornalista pode perder a sua independência.

Afinal, este é um trabalho que exige de nós uma grande capacidade de sintetizar em poucas palavras o muito que foi dito pelo entrevistado.

Para terminar este capítulo de análise de estágio, quero referir que nesta fase de aprendizagem toda a experiência e todos os conhecimentos novos são poucos para uma melhor integração não só no mundo da comunicação, como nesta empresa que me proporcionou a realização de bons trabalhos a nível informativo ao longo do meu estágio.

Penso ter cumprido da melhor maneira possível tudo o que estava previsto no plano de estágio.

As responsabilidades assumidas ultrapassaram as minhas expectativas apesar de ter sido informado do trabalho que iria desempenhar durante estes três meses.

CONCLUSÃO

O estágio realizado na *webrádio* do *Linhas de Elvas*, com duração de três meses foi o fundamento principal para a realização deste relatório, que conclui a componente não letiva do mestrado em Jornalismo, Comunicação e Cultura na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Portalegre.

Como objetivo principal, pretendíamos perceber qual o contributo da internet na convergência dos meios de comunicação para um formato multiplataforma e de que modo essas novas tecnologias ampliam a difusão dos conteúdos informativos até agora exclusivos da edição em papel (no caso do *Linhas de Elvas*).

Foi nossa intenção conhecer o que levou os tradicionais meios de comunicação (*Linhas de Elvas*) a transitarem para o mundo da *web* (neste caso com a criação desta nova *webrádio*) e quais as consequências para o jornalismo e para os profissionais, dessa transição tendo em conta os problemas que os jornalistas tiveram de enfrentar com essa mudança.

Refletimos ainda sobre a importância do jornalismo local e de proximidade, considerando que esta nova *webrádio* está vinculada a um jornal local e regional, com periodicidade semanal e que vê neste novo projeto uma forma de se expandir e poder chegar a um público diferente.

No primeiro capítulo analisei resumidamente o surgimento da *internet* e a emergência desta nos *media* tradicionais, de que resultou um novo tipo de jornalismo (*online*) e um novo jornalista, agora numa nova dimensão chamada ciberespaço, onde a interatividade, o imediato, a introdução da multimédia e o hipertexto são as suas principais características.

As potencialidades que a *internet* proporcionava passaram assim a ser aproveitadas quer pelos grandes nomes da comunicação quer pelos pequenos órgãos de informação local e regional.

E foi nesse contexto que o grupo *Linhas de Elvas* criou em 2000 o seu *site*, com o objetivo de projetar e reforçar a sua própria identidade e em 2014 a *webrádio Linhas rádio*; um novo modelo de radiofonia que rapidamente se tem expandido e que emerge da *internet*.

Esta passagem de um jornalismo tradicional, de um para todos, para este último, mais individualizado, em que as audiências se transformam em produtores para além de consumidores trouxe inegáveis mudanças. Mudanças que acabaram por redefinir e alterar o próprio conceito de jornalismo.

Bastos (2010) sublinha que este novo jornalismo elaborado para as publicações na *web* deveria ser produzido por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo, nessas mesmas publicações. Essa observação não me parece estar, de todo, de acordo com a realidade que vivi no estágio, já que constatei que à semelhança dos meus colegas da redação também eu tinha de me desdobrar para fazer face às necessidades impostas pelo trabalho e pela informação que nos chegava a toda a hora. Aconteceu frequentemente realizar uma notícia para a rádio e dada a sua importância, ter de a adaptar para o *site* do semanário.

Essa duplicação de trabalho é no fundo a tal versatilidade de que fala Ortiz & Cuesta (2003) e que caracteriza o novo jornalismo nascido fruto das novas tecnologias. Neste novo mundo denominado de ciberespaço, o jornalista tem que ser versátil. E essa versatilidade não se deve limitar à capacidade de elaborar conteúdos com texto, imagem e som em vários suportes mas também, mais que estar bem dentro de um assunto para poder escrever sobre ele, é ainda mais importante estar dentro de qualquer assunto para o poder desenvolver quando for preciso mesmo que para tal seja necessária uma profunda e minuciosa investigação.

E essa foi uma das coisas que descobri ao longo do meu estágio, rendendo-me à evidência de que a velha história do jornalista especializado em política ou sociedade já tem os dias contados há muito tempo.

No entanto, percebi que no grupo a que pertence a *Linhas rádio* muito mais se poderia fazer, não estando a ser aproveitado, de todo, o imenso potencial que a *internet* proporciona.

Ao fazer parte de uma nova rede de informação, que implica uma nova linguagem e uma nova organização, há a necessidade de integrar novos conteúdos, como por exemplo vídeos nos jornais e nas rádios, o que não acontecia no grupo. Especialmente tendo em conta o facto de qualquer pessoa, em qualquer ponto do mundo, poder ter acesso a esse trabalho através de um simples telemóvel ou *tablet* sempre que tenha acesso à internet.

Por diversas vezes propus a realização de vídeos sobre alguns acontecimentos que tinham maior visibilidade e audiência, mas por razões técnicas não era possível realizar, limitando-se a colocar imagens fixas e “mostrar” assim a notícia.

A transição para o mundo da *web* de que temos estado a falar nesta conclusão, veio, no caso da *Linhas rádio*, permitir uma maior aproximação com as audiências e conseqüentemente um maior relacionamento que foi bem visível nas constantes mensagens que recebíamos através das diferentes redes sociais (*facebook*, *blogues* e motores de busca)

proporcionadas pelas novas tecnologias e que permitiam assim uma maior ampliação e partilha da notícia.

Esse *feedback* é afinal prova da proximidade existente entre o meio e a audiência, fruto de um jornalismo de proximidade elemento chave no jornalismo local e que torna essa mesma comunicação mais eficaz. E foi essa proximidade que orientou o nosso trabalho nesta nova rádio conforme refiro no capítulo 1.6.

Desde o início do estágio e seguindo as normas do diretor, fomos conscientes de que esse valor notícia seria a linha orientadora do nosso trabalho colocando-o sempre em primeiro lugar tendo em vista o interesse da audiência.

Apesar disso vivemos algumas situações, poucas felizmente, em que um outro valor se sobreponha à proximidade: o económico. Situações muito frequentes nestes pequenos meios de informação local, que continuam dependentes do poder político e económico.

Acontecimentos aos quais tínhamos de assistir e divulgar nos nossos espaços informativos (escrito e radiofónico) apenas porque neles estavam presentes personalidades de renome que apoiavam financeiramente o grupo *Linhas de Elvas*, quer fosse através de publicidade ou de outra forma.

No entanto maioritariamente foi a proximidade que orientou todo o nosso trabalho durante o estágio, porque afinal fazemos parte dessa mesma comunidade e estamos assim muito mais próximo da população e esta, de nós.

No capítulo 2 apresentei breves notas sobre a história da rádio no mundo e em Portugal, onde chegou nos primeiros anos do século passado, mais concretamente em 1914 com a fundação da primeira estação portuguesa criada por Fernando Cordelho de Medeiros.

Desde a descoberta das ondas magnéticas em 1863, passando pela invenção da válvula de três elementos (princípio do séc. XX) que permitia ampliar e produzir ondas eletromagnéticas de forma contínua foram muitos os anos que passaram.

Em Portugal a rádio teve grande importância especialmente na época conturbada do 25 de abril de 1974, ano em que uma das estações mais importantes de Portugal, a *Rádio Renascença*, foi um autêntico barómetro dessa mesma revolução.

No capítulo 3 (semanário *Linhas de Elvas*) resumi a história deste jornal que surgiu na sequência do desaparecimento de um outro jornal o *Correio Elvense* nascido no princípio do

século passado, havendo no entanto fontes que garantem que o mesmo surgiu em 1898 do século XIX.

Desenvolvo a história deste semanário ao longo dos anos, as dificuldades porque passou e as que teve de enfrentar para se manter atualizado com o objetivo de garantir sempre a melhor e mais atualizada informação aos seus leitores. Trata-se de um jornal onde colaborei, em várias ocasiões, realizando algumas reportagens e peças, mas também na atualização do site em altura de férias dos seus colaboradores mais diretos.

Com a criação desta nova versão *online* do grupo, a *Linhas rádio* em agosto de 2014, surgiu-me a possibilidade de completar a minha formação académica e por em prática os conhecimentos adquiridos com o estágio curricular que realizei ao longo de três meses.

Esta nova rádio pretende acima de tudo ser um complemento à informação local e regional do semanário e difundir assim conteúdos informativos que até agora eram exclusivos da edição em papel.

Com a emergência da *internet* passou a ser possível levar mais longe e a um público mais vasto a informação que habitualmente era limitada à edição semanal de um jornal.

Foi uma experiência nova, que aproveitei, apesar de algum receio inicial e que me permitiu conhecer a fundo as modernas tecnologias e as suas enormes potencialidades, não aproveitadas, ainda, de todo por esta rádio.

No capítulo dedicado ao surgimento da *internet* (capítulo 1) é bem evidente a minha opinião sobre as consequências da passagem dos *media* para o mundo da *web*. Sem dúvida a maior mudança com esta transição foi a alteração do antigo paradigma comunicacional, fazendo surgir um novo tipo de jornalismo e de jornalista.

Este novo jornalismo, ou jornalismo *online* permite ir para além da notícia em si, fornecendo um mar de informação onde o utilizador pode navegar através de hipertextos e *links*. Um jornalismo no qual as audiências se transformam também em produtores para além de consumidores. No entanto, e fruto dessa transição, surge também um novo jornalista que conta agora com novas ferramentas de forma a valorizar os seus conteúdos.

Um novo profissional que deve mostrar toda a sua versatilidade e fácil adaptação a qualquer formato, estando para isso a par das últimas novidades e manejar as novas tecnologias. Essa migração para este novo ambiente *online* veio promover e facilitar uma maior aproximação com as suas audiências e um maior relacionamento entre as mesmas e os meios.

O novo jornalismo está assim a ganhar o seu próprio espaço no mundo da web afastando-se do tradicional jornalismo, mas funcionando como complemento a este último. Apesar do avanço verificado no campo jornalístico fruto da evolução tecnológica, estamos certos de que novas mudanças irão surgir com o tempo.

No caso concreto da rádio e apesar de toda a sua fragilidade, ela conseguiu sobreviver ao longo da sua história, à ameaça da comunicação visual, nomeadamente ao aparecimento da fotografia, do cinema e da televisão.

E foi exatamente essa resistência que a levou a conquistar o seu lugar no mundo da comunicação.

Com a emergência da *internet*, que surgiu como uma novidade e atualmente é reconhecida como uma necessidade, a rádio continua a afirmar-se tirando partido da tecnologia e das suas potencialidades técnicas, vendo no ambiente *web* novas oportunidades para a sua reinvenção.

No entanto não deixo de referir que muito mais se poderia fazer quer na rádio, na edição escrita e no próprio *site*, tendo em conta a atual existência de uma equipa jovem que, embora pequena tem conhecimentos de multimédia que bem poderiam ser aproveitados.

Em suma, e tendo em conta tudo o dito e defendido ao longo do trabalho, consideramos que existem condições favoráveis à continuidade da *webrádio Linhas rádio*. No entanto lembramos que o atual contexto económico pode limitar as eventuais adaptações em termos de recursos humanos e técnicos.

BIBLIOGRAFIA

- Amaral, S. Cardoso, G e Espanha, R. (2006). *As Rádios Portuguesas e os desafios online*, Working Report OberCom.

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

(Consultado em 18 agosto 2015)

- Aroso, Inês. (2002). *A internet e o novo papel do jornalista*.

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>

(Consultado em 17 setembro 2015)

- Bastos, Helder. (2010). *Ciberjornalismo e Narrativa Hipermedia*. Porto.

Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-e-narrativa-hipermedia.pdf

(Consultado em 15 agosto 2015)

- Bastos, Helder (2010), *Origens e Evolução do Ciberjornalismo em Portugal: Os Primeiros Quinze Anos (1995 - 2010)*. Porto: Edições Afrontamento;

- Bastos, Hélder. (2000). *Jornalismo Eletrónico – Internet e Reconfiguração da prática nas redações*. Coimbra: Minerva.

- Bastos, Hélder. (1998). *A Internet e os media*.

<https://sites.google.com/site/helderbastosnet/publicacoesacademicas>

(Consultado em 23 agosto 2015)

- Bianco, Nélia R. del. (2008). *A internet como fator de mudança no jornalismo*. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. BOCC - biblioteca *online* de ciências de comunicação.

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>

(Consultado em 23 agosto 2015)

- Bonixe, Luís. (2012). *A informação radiofónica. Rotinas e valores notícia da reprodução da realidade na rádio portuguesa*. Lisboa: Livros Horizonte.

- Bonixe, Luís. (2011). “Jornalismo radiofónico e internet- Um estudo da evolução do uso das potencialidades *online* nas notícias dos sites da rádio”.

Comunicação e sociedade – vol.20. (pp. 29-35).

Disponível em <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/881>

(Consultado em 19 agosto 2015)

- Bonixe, Luís. (2003). *As rádios locais em Portugal: Informação e função social* -Uma análise dos noticiários das rádios do distrito de Setúbal. Dissertação de Mestrado defendida na Universidade Nova de Lisboa.

Disponível parcialmente em

http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/2010/07/01_08_Luis_Bonixe.pdf

(Consultado em 23 agosto 2015)

- Caldas, A. Pereira. (1999). *Para a História da Rádio Renascença (1974-1975) – Um barómetro da Revolução*. Lisboa: Grifo-Editores e Livreiros Lda.

- Camponês, Carlos. (2002). *Jornalismo de proximidade Rituais da comunicação na imprensa regional*; Coimbra: Editorial Minerva.

- Camponês, Carlos. (2001). *Jornalismo de proximidade*. Coimbra: Editorial Minerva.

- Canavilhas, João. (2008). “Hipertexto e receção de notícias online”.

Disponível em

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-hipertexto-e-recepcao-noticias-online.pdf>

(Consultado em 12 setembro 2015)

- Canavilhas, Joao. (2006). “Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada”.
Revista Aprender.

Disponível em

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>

(Consultado em 23 maio 2015)

- Canavilhas, João. (2006). *Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança*, Universidade da Beira Interior, Labcom.

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>.

(Consultado em 2 dezembro de 2014)

- Canavilhas, João. (2005). “Os Jornalistas *online* em Portugal”. Universidade da Beira Interior (pp. 1-6).

Disponível em

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-retrato-jornalistas-online-portugal.pdf>.

(Consultado em 18 setembro 2015)

- Cardoso, Gustavo; Espanha, Rita; Araújo, Vera. (2009). *Da Comunicação de Massa à Comunicação em rede*, Porto: Porto Editora.

- Cardoso, Gustavo. (2006). *Os Media na Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian

- Caruso, Denise. (1998). *The Law and the Internet: Beware*, Colombia Journalism Review.

Disponível em

<https://translate.google.pt/translate?hl=pt-PT&sl=en&u=http://www.caruso.com/work/index-additional-publications/the-law-and-the-internet-beware/&prev=search>

(Consultado em 18 abril 2015)

- Cascais, Fernando. (2001). *Dicionário de Jornalismo*. Lisboa: Editorial Verbo

- Castells, Manuel. (2007). *A galáxia internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

- Castells, Manuel. (2006). *Internet e Sociedade em rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

- Castells, Manuel. (2005). *A sociedade em rede – do conhecimento á ação política*.

Disponível em <http://biblio.ual.pt/Downloads/REDE.pdf>

(Consultado em 12 setembro 2015)

Castells, Manuel. (2003). *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

- César, Cyro.(2005). *A rádio-A mídia da emoção*. S.Paulo: Summus Edfitorial.

- Cordeiro, P. (2004). *Rádio e Internet: novas perspetivas para um velho meio*. Bocc.

Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>

(Consultado em 12 abril 2015)

- Correia, João Carlos. (2012). *Ágora-Jornalismo de proximidade: Limites desafios e oportunidades*. Covilhã: Ubi Lab Com.

Disponível em

http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20121224-agera_ebook.pdf

(Consultado em 12 agosto 2015)

- Cristo, Dina. (2001). “Para a história da rádio em Portugal”. *Revista observatório de comunicação*. Lisboa: Obercom.

Disponível em <http://www.obercom.pt/content/37.np3>

(Consultado em 5 dezembro 2014)

- Cruz, João Cardoso. (2002). *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Lisboa: ISCSP.

- Deuze, Mark. (2006). *Comunicação e Sociedade*. Vol.9-10. (pp.15-37).

Disponível

em

http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29870/1/Revista_Comunicacao_e_Sociedade_9-10.pdf

(Consultado em 18 abril 2015)

- Deuze, Mark. (2004). *What is Multimédia Journalism*. Journalism Studies. (pp.139-152).

Disponível

em

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.94.9088&rep=rep1&type=pdf> (Consultado em 18 agosto 2015)

- Lemos, André L.M. (1997). “Anjos interativos e retribalização do mundo”. *Sobre interatividade e interfaces digitais, 1997*.

Disponível em: <http://www.Facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>.

(Consultado em 24 setembro 2015)

-Livingstone, S. (1999). *Novas mídias, novos públicos?* [online] London:

LSE Research Online.

<http://eprints.lse.ac.uk/391/1/N-media%26society1%281%29.pdf>

(Consultado em 4 dezembro 2014)

- Meirelles, Hely Lopes. (1996). *Direito administrativo brasileiro*. São Paulo: Malheiros.

- Negroponte, Nichola. (1995). *Being Digital*. New York: Knopf.

- McLuhan, Marshall. (1969). O meio é a Mensagem. In: *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix (pp. 21-3).

- McLuhan, Marshall. (1964). *Os meios de comunicação de massa como extensões do homem*, Tradução de Décio Pignatari, editado em 2003, São Paulo: Cultrix, Lda.;

- Negroponte, Nicholas. (1995). *A vida digital*. Tradução: Sérgio Tellaroli. São Paulo, Companhia das Letras.

Disponível

em

http://jornalggn.com.br/sites/default/files/documentos/negroponte_vida_digital.pdf

(Consultado a 9 de março de 2015;

- Ortiz, Miguel A. e Cuesta, Juan (2003). *La radio digital – nuevos perfiles profesionales*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Television

- Palácios, Marcos. (1999). *Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate*.

Disponível em <http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/02/palacios-marcos-informacao-memoria.pdf>

(Consultado em 2 outubro 2015)

- Pavlik, John V. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.

-Pérez, Arturo Merayo. (2000). *Periodistas para el siglo de la información: claves para formar los nuevos comunicadores*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. [On-line].

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>.

(Consultado em 10/11/2014)

- Pinho, JB. (2003). *Jornalismo na Internet – Planeamento e Produção de Informação online*. S. Paulo: Summus.

- Santos, Rogério. (2007). *Indústrias Culturais. Imagens, valores e consumos*. Lisboa: Edição 70.

- Schlesinger, Phillip. (1993). “Os Jornalistas e a sua máquina do tempo”, in Traquina, Nelson (org), *Jornalismo; Questões, Teorias e Estórias*. Lisboa: Vega, (pp. 177-190).

- Tenopir, Carol. (2008). On line systems for information access and retrieval, *Library Trends*, Vol 56.

Disponível em <http://muse.jhu.edu/journals/lib/summary/v056/56.4.tenopir.html>

(Consultado em 16 setembro 2014)

- Traquina, Nelson (2008). *O que é jornalismo*, Lisboa, Quimera editores Lda.;

- Traquina, Nelson. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera. 1ª Edição

- Vieira, João Ricardo Carvalho. (2009). *O Jornalismo de proximidade na era digital; análise funcional da edição online do jornal da Mealhada*.
Disponível em <http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1080/2/JOAOVIEIRA.pdf>
(Consultado em 12 abril 2015)

- Vieira, Joaquim. (2007). *Jornalismo contemporâneo: os media entre a era de Gutenberg e o paradigma digital*. Lisboa: Edeline.

- Wolf, Mauro (1987). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.

- Wolton, Dominique. (2000). *E depois da internet? Para uma teoria dos novos media*. Lisboa: Difel.

- Wolton, Dominique. (1999). *Pensar a comunicação*. Lisboa: Difel.

Anexos

Anexo 1

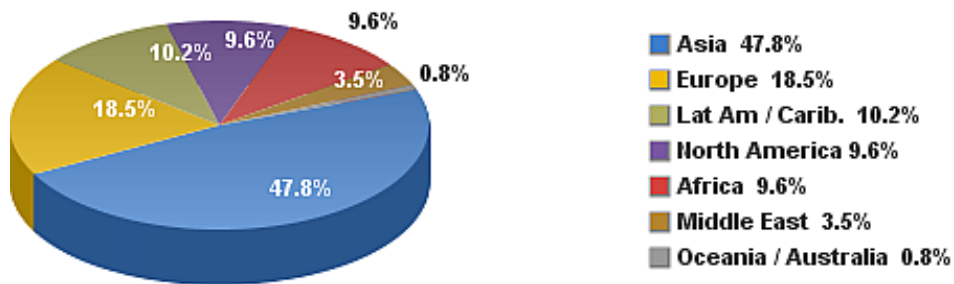
WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS JUNE 30, 2015 - Mid-Year Update						
World Regions	Population (2015 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Users % of Table	Growth 2000-2015
Africa	1,158,355,663	4,514,400	313,257,074	27.0 %	9.6 %	6,839.1%
Asia	4,032,466,882	114,304,000	1,563,208,143	38.8 %	47.8 %	1,267.6%
Europe	821,555,904	105,096,093	604,122,380	73.5 %	18.5 %	474.8%
Middle East	236,137,235	3,284,800	115,823,882	49.0 %	3.5 %	3,426.1%
North America	357,172,209	108,096,800	313,862,863	87.9 %	9.6 %	190.4%
Latin America / Caribbean	617,776,105	18,068,919	333,115,908	53.9 %	10.2 %	1,743.6%
Oceania / Australia	37,157,120	7,620,480	27,100,334	72.9 %	0.8 %	255.6%
WORLD TOTAL	7,260,621,118	360,985,492	3,270,490,584	45.0 %	100.0 %	806.0%

NOTES: (1) Internet Usage and World Population Statistics are preliminary for June 30, 2015. (2) CLICK on each world region name for detailed regional usage information. (3) Demographic (Population) numbers are based on data from the [US Census Bureau](#), [Eurostats](#) and local census agencies. (4) Internet usage information comes from data published by [Nielsen Online](#), by the [International Telecommunications Union](#), by [GfK](#), local ICT Regulators and other reliable sources. (5) For definitions, disclaimers, navigation help and methodology, please refer to the [Site Surfing Guide](#). (6) Information in this site may be cited, giving the due credit and placing a link to www.internetworldstats.com. Copyright © 2001 - 2015, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Quadro representativo de utilizadores da internet em todo o mundo baseado no US Census Bureau.

Anexo 2

**Internet Users in the World
Distribution by World Regions - 2015 Q2**



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
Basis: 3,270,490,584 Internet users on June 30, 2015
Copyright © 2015, Miniwatts Marketing Group

Gráfico circular representativo de utilizadores da internet distribuído por regiões
Fonte: Internet World Stats.

Anexo 3

Year (July 1)	Internet Users	Users Growth	World Population	Population Growth	Penetration (% of Pop. with Internet)
2014*	2,925,249,355	7.9%	7,243,784,121	1.14%	40.4%
2013	2,712,239,573	8.0%	7,162,119,430	1.16%	37.9%
2012	2,511,615,523	10.5%	7,080,072,420	1.17%	35.5%
2011	2,272,463,038	11.7%	6,997,998,760	1.18%	32.5%
2010	2,034,259,368	16.1%	6,916,183,480	1.19%	29.4%
2009	1,752,333,178	12.2%	6,834,721,930	1.20%	25.6%
2008	1,562,067,594	13.8%	6,753,649,230	1.21%	23.1%
2007	1,373,040,542	18.6%	6,673,105,940	1.21%	20.6%
2006	1,157,500,065	12.4%	6,593,227,980	1.21%	17.6%
2005	1,029,717,906	13.1%	6,514,094,610	1.22%	15.8%
2004	910,060,180	16.9%	6,435,705,600	1.22%	14.1%
2003	778,555,680	17.5%	6,357,991,750	1.23%	12.2%
2002	662,663,600	32.4%	6,280,853,820	1.24%	10.6%
2001	500,609,240	21.1%	6,204,147,030	1.25%	8.1%
2000	413,425,190	47.2%	6,127,700,430	1.26%	6.7%
1999	280,866,670	49.4%	6,051,478,010	1.27%	4.6%
1998	188,023,930	55.7%	5,975,303,660	1.30%	3.1%
1997	120,758,310	56.0%	5,898,688,340	1.33%	2.0%
1996	77,433,860	72.7%	5,821,016,750	1.38%	1.3%
1995	44,838,900	76.2%	5,741,822,410	1.43%	0.8%
1994	25,454,590	79.7%	5,661,086,350	1.47%	0.4%
1993	14,161,570		5,578,865,110		0.3%

* estimate for July 1, 2014

Source: *Internet Live Stats* (elaboration of data by *International Telecommunication Union (ITU)* and *United Nations Population Division*)

Evolução da taxa de penetração da internet em todo o mundo

Fonte: Internet live Stats

Anexo 4

Transcrição da entrevista a João Alves e Almeida, diretor do Semanário *Linhas de Elvas* realizada a 26 de fevereiro de 2015.

Com esta entrevista pretendi conhecer a fundo, não só a história do semanário, como também as diferentes fases porque passou ao longo de 65 anos e quais as dificuldades que o jornal enfrentou com a emergência das novas tecnologias.

Comecei então por pedir que me contextualizasse o aparecimento do Semanário *linhas de Elvas*.

João Alves e Almeida – O *Linhas de Elvas* tem mais de meio século, já que nasceu em 1950. Surge na sequência do desaparecimento de um outro jornal, que também era da família, o *Correio Elvense*, nascido no princípio do século passado, creio mesmo ter começado em 1898 ou 1899 do século 19, mas disso não tenho bem a certeza.

Tenho aqui o 1º número da 2ª série, que data de 1930, e que já levava 31 anos. Na família há jornais há mais de dois séculos.

Com o desaparecimento do *Correio Elvense* (propriedade de meu tio e avô) surge com o meu pai o Semanário em setembro de 1950.

António Pinto – Durante todo este tempo, quais as fases por que passou o jornal, quais as dificuldades que teve e se seguiu sempre a mesma linha?

J.A.A. – Sim, seguiu sempre a mesma linha. Garantir uma informação séria, independente e sempre com a maior atualidade possível a todos os seus assinantes e leitores.

Dizer aos elvenses o que se passava no dia-a-dia com o maior rigor possível, tendo em atenção que nessa altura a importância do jornal era enorme, já que não havia outros órgãos de comunicação social, nomeadamente televisão. Era um jornal feito por elvenses para os elvenses.

A maior parte das pessoas que colaboravam com o jornal faziam-no por carolice, e aliás o semanário *Linhas de Elvas*, só conseguiu subsistir porque estava agarrado a uma tipografia, que também era de família, tipografia que fazia os jornais letra a letra e manualmente com uma pinça e a escrita era feita ao contrário para imprimir corretamente. Eram outros tempos, de muitas dificuldades e só com pessoas daquela época que tinham um espírito de trabalho mais dedicado, que hoje já não existe, não é que hoje seja pior mas naquela altura era assim que se trabalhava e não havia outra hipótese.

O *Linhas de Elvas* passou por muitas fases. Em 1950, era o dia-a-dia de uma cidade de província, fronteira, com muita importância.

Depois começou a viver os problemas da guerra do Ultramar, porque Elvas chegou a ter 20 mil militares, dois regimentos, casa da reclusão, forte da graça, onde estavam os presos mais complicados, o hospital militar, a manutenção militar, portanto quando há 20 mil militares num sítio há pelo menos 600 ou 700 oficiais, o que isso significa muito em termos de vivacidade de uma cidade.

Só para dar um exemplo, nessa altura Elvas tinha vários restaurantes onde, às 4 da manhã se podia comer um bife, hoje não há nenhum, nem um bar para comer um prego. Depois vieram os problemas com a PIDE e a censura. Nós ainda temos nas antigas instalações, uma pasta com notícias censuradas e com o visto da censura, coisas simples e sem grande valor.

Olhando bem, quem escrevia nessa altura nos jornais, tinha habilidade suficiente para conseguir dizer o que era proibido numa notícia que não tinha nada a ver com aquela e passava. Algumas dessas coisas censuradas, e nós mostramos isso na exposição do nosso 50º aniversário, eram por exemplo que o preço da alface ou do pão tinha aumentado, o que mostrava a situação do País.

Depois veio o 25 de abril, uma época de júbilo e contentamento de se ter libertado o país do regime anterior e da guerra do Ultramar, a salvação nacional e a melhoria das condições das populações.

Logo a seguir veio o Gonçalvismo, outra época difícil para os jornais de província devido à perseguição que lhe faziam.

Depois houve uma época de crescimento, com o aparecimento dos despachantes, muito comércio, os espanhóis (que também se tinham libertado do Franco) começaram a vir com mais frequência, começaram a ter um nível de vida muito superior, depois de uma época de grande austeridade em que o escudo valia o dobro da peseta.

Esta foi uma época boa, de grande bonança, mas que nós não soubemos aproveitar porque gastávamos mais do que aquilo que produzíamos. Mas atualmente vive-se uma nova época de declínio.

AP - Acha que essa época de declínio se deve ao aparecimento da rádio e posteriormente da televisão?

J.A.A - Não é bem assim, porque a imprensa tem mais de 500 anos, Gutenberg inventou a imprensa há mais de 500 anos. Com o aparecimento da rádio não acabou a imprensa e com o aparecimento da televisão não acabou a rádio.

Hoje em dia o grande problema destes três órgãos de comunicação social é a *internet*.

Mas é a *internet* não porque toda a gente se ligue á *internet* e não oiça rádio e veja televisão, porque as pessoas continuam a ver televisão e a ouvir rádio e a ler jornais.

O problema é financiar isto tudo e claro o parente pobre é o jornal regional porque não há publicidade, principalmente numa época de crise como esta que se vive agora.

Esta é sem dúvida a época mais difícil e complicada, desde que estou á frente do jornal há cerca de 25 anos.

AP – No entanto foi a *internet* que veio trazer uma nova lufada de ar fresco ao semanário

J.A.A - A princípio olhava-se para a *internet*, como uma coisa “fina e chique” dai toda a gente se deixar levar pela *internet*. Era fino ter-se uma página na *internet* mas nunca se imaginou as dimensões desta tecnologia.

Foi considerada um “bicho-de-sete-cabeças” mas hoje em dia é banal.

No entanto outro problema é a falta de dinheiro por parte das pessoas e por parte das empresas que vivem com grandes dificuldades.

Se o principal financiamento das rádios, televisões e jornais é a publicidade de empresas, estas optam por publicitar os seus produtos de outra forma (patrocínios, apoios etc) porque o dinheiro não chega para tudo e para todos.

O *Linhas de Elvas* aderiu a estas novas tecnologias exatamente por necessidade primeiro porque nunca se deve ficar para trás e depois a necessidade de adaptar o jornal as novas tecnologias sob pena de ficar desatualizado e condenado.

Naturalmente que essa adaptação implicou alterações na equipa e na redação, onde existem colaboradores e apenas dois jornalistas, quando há uns anos atras chegou a ter mais de trinta pessoas.

Os jornalistas que aqui trabalham fazem de tudo um pouco, desde redigir as noticias até mesmo paginar o jornal. Em tempo de crise esta é a melhor solução.

Até mesmo em termos de conteúdos, com a criação do *site* em 2000, houve muita coisa que se alterou. Tendo em conta que o jornal é semanal, utilizamos o diário digital para aquela informação do dia-a-dia que deve de estar sempre atualizada ao minuto.

Na edição impressa, fazemos então um resumo de tudo o que foi notícia durante a semana, mas de uma forma mais completa e que publicámos diariamente no *site*. No entanto temos conteúdos próprios na edição escrita que não foram tratados na edição digital e que apresentamos num formato, por exemplo de grande reportagem, para que se traga alguma coisa de novo nas quintas-feiras.

Portanto o nosso *site* não é mais que um complemento à informação, ou seja um complemento onde colocamos notícias que desenvolvemos posteriormente com alguma profundidade para a edição impressa das quintas-feiras.

A.P – Outro projeto do Semanário *Linhas de Elvas*, foi a criação de uma *webrádio* no ano passado. O que levou à criação desta *webrádio*?

J.A.A. – O aparecimento desta *webrádio*, que está muito no início é exatamente um complemento à informação da edição impressa e à informação disponibilizada no próprio *site*.

Ou seja colocamos no *site* uma pequena notícia, que depois desenvolvemos na radio com mais profundidade e até mesmo com entrevistas.

No entanto há muitas limitações nomeadamente no que diz respeito a pessoas que queiram trabalhar nesta área. Se antigamente era fácil arranjar uma equipa completa que entenda, uns de futebol outros de política, hoje em dia isso é muito difícil já que implica despesas que não podemos suportar. E esse é realmente o nosso grande problema. Há 3 anos atrás tivemos um sonho que partiu talvez como estratégia empresarial de poupar, e que foi a transferência das nossas instalações para um edifício novo, que adquirimos em *leasing*. O antigo era já velho e trazia muitas despesas, nomeadamente em época de chuvas já que chovia no interior.

Adquirimos estas novas instalações, alugando as anteriores e conseguimos com o que poupamos investir em material. Mas a crise pregou-nos uma partida, as antigas instalações ficaram sem inquilinos, e estamos com algumas dificuldades que se agravam dia a dia. Contamos com a fidelidade dos nossos assinantes que passam de pais para filhos e para netos, neste momento ainda temos assinantes que o são desde o início do jornal.

A.P – Para terminar, como vê a comunicação social em pleno século XXI e qual a importância da imprensa regional para a sociedade?

J.A.A. – Vejo a comunicação social com uma certa tristeza e preocupação, não só a nível regional como mundial.

E dou-lhe um exemplo; os jornais e qualquer dia também a televisão que mais vendem em Portugal, são os que têm menos qualidade de escrita e rigor. Vejo, a nível internacional, por exemplo o Charlie, que é uma provocação constante às pessoas, porque tem de haver um limite à liberdade, principalmente quando essa liberdade invade a liberdade dos outros. Nós temos de respeitar a ideologia e as ideias das outras pessoas, e a reputação das outras pessoas, não é divulgar no jornal tudo só para vender e ter bons resultados e proveitos. Fala-se nos processos em tribunal, mas num país em que a justiça é morosa e para um órgão nacional com boas receitas, com uma boa equipa de advogados leva-se muito anos a resolver. Difícil é fazer comunicação social em órgãos pequenos. E depois acontece frequentemente ver os supostos jornalistas, de gravador na mão, pessoas que não têm noção nenhuma do que é comunicação social, não sabem minimamente fazer uma pergunta, não sabem o que é o direito de resposta ou ouvir a outra parte, limitam-se a andar de colete e microfone a fazer perguntas.

Isso descredibiliza muito a classe apesar de muitas classes estarem descredibilizadas, mas nós devíamos proteger mais a nossa.

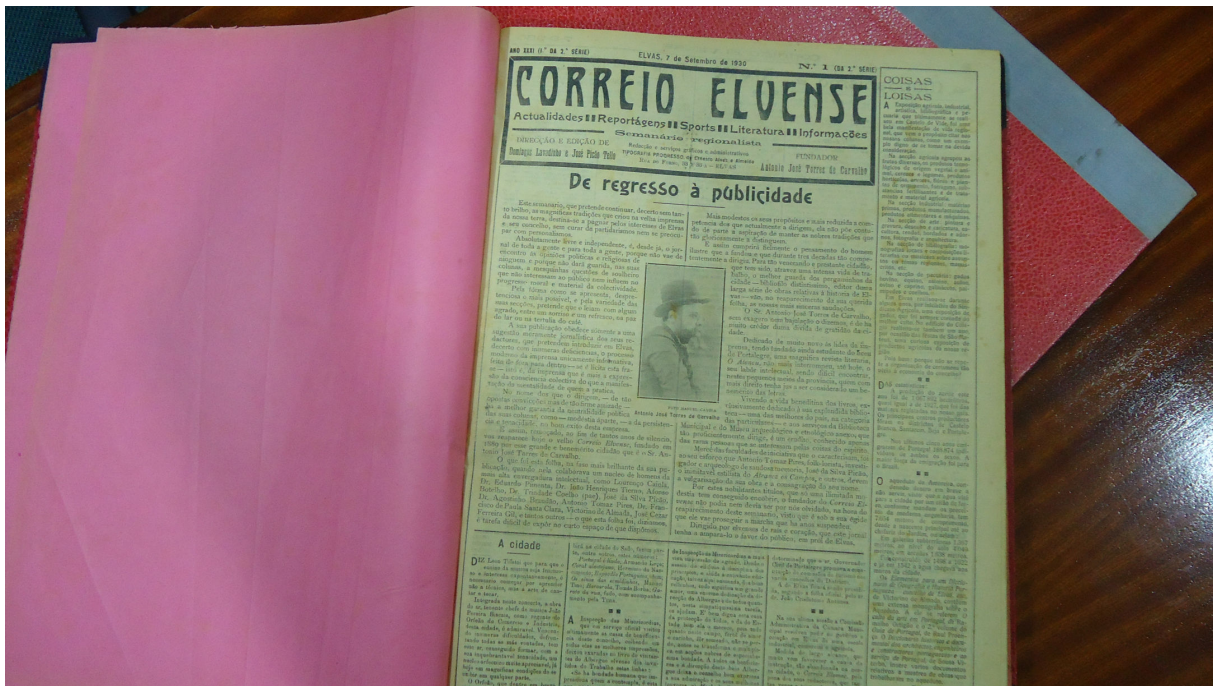
Afinal em quem é que as pessoas confiam?

Na comunicação social, já que nas outras instituições não conseguem resolver os seus problemas e socorrem-se da comunicação social para denunciar e resolver esses problemas. Nós somos aqueles a quem as pessoas confiam. Esse é no fundo o nosso papel, informar com rigor, e que as pessoas se revejam em nós como uma tábua de salvação, para um descalabro em que se transformou a sociedade.

Ninguém acredita em médicos, advogados ou políticos, pela falta de credibilidade dessas classes. Temos os casos das urgências e os problemas dos hospitais, que se calhar foram provocados pelos próprios médicos que viram reduzidos os seus salários e aproveitam-se dos idosos para se vingarem e acabam por denegrir a classe médica.

E isso não deve suceder com o jornalismo, não pode vir a suceder com esta profissão.

Anexo 5



Anexo 6

MESTRADO EM JORNALISMO, COMUNICAÇÃO E CULTURA

Plano de Estágio

Aluno: António Santos de Oliveira Pinto

Número: 13366

Local do estágio: Linhas Rádio / Elvas

Duração: o estágio teve início no dia 15 de setembro e vai ser concluído no dia 15 de dezembro.

Orientador: Professora Adriana Mello Guimarães

Motivos para realização do estágio:

- O estágio numa rádio *online* vai permitir aplicar e vivenciar todos os conceitos estudados em sala de aula na prática;
- Apreender as especificidades na produção de notícias para a *Web*;
- Perceber a diferença entre escrever uma notícia para rádio e para um jornal impresso;
- Realizar entrevistas para complementar peças jornalísticas a editar nos diferentes Jornais informativos;
- Saber pesquisar e selecionar notícia de interesse público para uma rádio *online*;

Fases do Estágio:

Primeira fase;

Dedicado apenas e só à informação, realizando, três blocos informativos, com uma duração média de 6 minutos, e com o seguinte horário: 10 horas, 12 horas e às 16 horas.

Dominar a escrita de notícias para a Web.

Segunda fase:

Por iniciativa da Direção é possível que a partir de outubro esses blocos informativos dupliquem durante o dia com um bloco informativo de maior duração ao fim do dia. (uma situação ainda em análise e que depende da entrada de mais colaboradores).

Terceira fase:

Em análise a realização de uma “Grande entrevista” com um convidado no estúdio e sobre um tema de interesse local e regional. Esta entrevista seria semanal, de uma hora aproximadamente e num horário ainda a definir pela direção.

Tarefas e Competências:

Escrever peças para a rádio e para a edição em papel;

Gravação de várias peças para editar posteriormente como forma de treinar a entoação da voz;

Leitura de peças com o objetivo de treinar a voz;

Saber pesquisar e selecionar a notícia para uma rádio *on-line*;

Aprender através de gravações de peças a projetar a voz da melhor forma.

Metodologia:

Durante este estágio a metodologia utilizada será a observação direta e participante

António Pinto

Anexo 7

Grelha de notícias e entrevistas realizadas no estágio

MESES		1º		2º		3º		TOTAL
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	
NOTÍCIAS	LOCAIS	105	35,47	99	33,45	92	31,08	296
	REGIONAIS	119	32,87	130	35,91	113	31,22	362
	NACIONAIS	41	26,11	52	33,12	64	40,77	157
ENTREVISTAS	RM'S	80	51,28	39	25,00	37	23,72	156

Total de peças 815

Total de entrevistas 156